



# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI MALL KELAPA GADING

Andrea Cindy<sup>1\*</sup>, Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.<sup>2</sup>

Departemen Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Indonesia, Jakarta, Indonesia.

Alamat Email: [andreacindy@gmail.com](mailto:andreacindy@gmail.com)

Alamat Email: [tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id](mailto:tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id)

Penulis Korespondensi

**Abstrak:** Pada era saat ini, perkembangan pada industri makanan dan minuman semakin pesat. Kopi di Indonesia, saat ini mulai berkembang dengan meningkatnya daya minat masyarakat dari kalangan muda untuk meminum kopi karena kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang terpengaruh oleh budaya luar. Namun, salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Selain kualitas produk, kepuasan pelanggan dapat pula dipengaruhi oleh faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Kualitas layanan juga menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini khususnya akan membahas mengenai kualitas produk dan kualitas layanan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk Kopi Kenangan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Objek dari penelitian ini adalah produk Kopi Kenangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui google form kepada 135 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik judgement sampling. Hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Saran yang diberikan untuk Kopi Kenangan adalah untuk lebih meningkatkan daya tahan produk dan dapat terus meningkatkan faktor dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan serta dalam fasilitas yang tersedia di Kopi Kenangan. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah diharapkan agar dapat mengembangkan variabel lainnya seperti terutama dalam kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

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

**Cara Mengutip:**

## 1. PENDAHULUAN

Pada era saat ini, perkembangan pada industri makanan dan minuman semakin pesat. Namun, dengan beragamnya keinginan masyarakat untuk mengonsumsi produk, ini dilihat sebagai peluang besar dalam bisnis sehingga muncul bermacam-macam bisnis terutama pada industri kopi. Kopi di Indonesia, saat ini mulai berkembang dengan meningkatnya daya minat masyarakat dari kalangan muda untuk meminum kopi karena kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang terpengaruh oleh budaya luar.



Di Indonesia, kebutuhan konsumsi masyarakat akan kopi yang terus meningkat membuat banyak kedai-kedai kopi bermunculan. Dalam hal ini, kedai kopi salah satu kedai yang selalu ramai dikunjungi konsumen setiap harinya dari berbagai daerah, khususnya daerah perkotaan sudah banyak ditemui cafe / kedai kopi yang dikunjungi oleh masyarakat terutama kaum anak muda. Konsumen menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul dengan teman ataupun kadang menjadi tempat untuk berbisnis dengan rekan bisnis dan juga tempat untuk belajar.

Peningkatan konsumsi kopi disebabkan salah satunya adalah gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan. Namun, salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah salah satu dari sekian banyaknya faktor terpenting dalam menjalankan suatu bisnis yang mana kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan juga masa depan perusahaan.

Untuk memberikan kualitas produk yang optimal, Kopi Kenangan menggunakan kopi yang bersumber dari berbagai daerah di Indonesia di antaranya kopi arabika dari Aceh, Sumatera Utara dan Jawa Barat, serta kopi robusta dari Jawa Barat dan Flores. Sesuai dengan misinya, Kopi Kenangan memiliki tujuan untuk mengenalkan kualitas cita rasa dari kopi lokal Indonesia kepada masyarakat sehingga berfokus pada kualitas dari setiap varian rasa minuman sehingga menjamin konsumen dapat menikmati kualitas premium dari minuman yang disajikan karena kualitas tersebut selalu dijaga agar cita rasanya konsisten.

Selain kualitas produk, kepuasan pelanggan dapat pula dipengaruhi oleh faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Kualitas layanan juga menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Banyaknya produsen atau pelaku usaha bersaing menciptakan kedai kopi agar mampu menarik pelanggan atau konsumen untuk datang menikmati kopi olahan di kedai kopinya. Ada beberapa kedai kopi menyediakan fasilitas tempat foto atau biasa yang disebut dengan instagramable, bukan hanya fasilitas tempat untuk berfoto saja, kedai kopi juga menyediakan wifi untuk konsumen yang membutuhkan, karena itu kedai kopi menjadi salah satu tempat yang banyak dikunjungi.

Kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan atau keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi kinerja perusahaan, karena jika para pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang dikonsumsi atau yang dibeli maka kinerja perusahaan tersebut akan menurun dan sebaliknya jika para pelanggan merasa puas dengan apa yang dikonsumsi atau dibeli maka kinerja perusahaan tersebut akan meningkat. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur bagi perusahaan dan untuk menentukan bagaimana perusahaan akan berjalan kedepannya. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen. Banyak perusahaan yang berusaha menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk mereka. salah satu perusahaan tersebut yaitu kopi kenangan.

Kopi Kenangan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang minuman yang turut meramaikan pasar kopi kekinian di Indonesia yang didirikan oleh Edward Tirtanata dan James Prananto pertama kali pada tahun 2017. Edward Tirtanata sendiri memilih nama “Kopi Kenangan” untuk membedakan dengan kedai kopi lainnya yang kebanyakan menggunakan bahasa asing, dengan ini juga memudahkan masyarakat untuk mengingat nama brandnya hingga masyarakat dibawa penasaran dengan makna dari “Kopi Kenangan”. Adapun misi yang



dimiliki oleh Kopi Kenangan adalah menghadirkan minuman kopi berkualitas tinggi yang dibuat dengan bahan-bahan lokal terbaik dengan harga yang terjangkau. Kopi Kenangan bahkan memiliki 600 gerai yang tersebar di seluruh kota Indonesia.

Salah satu keunikan dari produk mereka adalah nama-nama minuman yang tercantum dari menu yang di tawarkan seperti Kopi Kenangan Mantan, Kopi Kekasih Gelap, Kopi Kenangan Masa Lalu, dan Kopi Kekinian. Menu favorit dari Kopi Kenangan ini adalah Kopi Kenangan Mantan. Tidak hanya menu kopi saja, mereka juga menyediakan menu minuman untuk konsumen yang non kopi. Beragam menu minuman tersebut dibanderol dengan harga mulai dari Rp 15.000, hingga Rp 30.000, dengan ukuran Reguler dan Large. Harga juga menjadi salah satu faktor dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli / mengkonsumsi suatu produk.

Kopi Kenangan menyediakan berbagai jenis varian untuk topping, seperti Espresso, Gula Aren, Sultan Boba, Grass Jelly, Marie Regal, Oreo, dan Coconut Jelly. Kopi Kenangan Group juga terus berinovasi dengan produk – produk unggulan lainnya tidak hanya menawarkan minuman, tetapi juga menawarkan berbagai hidangan lezat yang cocok untuk diminum dengan kopi seperti Cerita Roti, Chigo dan bahkan baru – baru ini Kopi Kenangan meluncurkan inovasi ready to drink terbaru yaitu produknya yang didalam botol atau kemasan botol dan dijual di supermarket.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Produk

Menurut Kotler and Armstrong dalam Firmanshah (2019:15), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:239), menyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar, dimana kualitas mempengaruhi kinerja suatu produk, maka dari itu kualitas produk terkait dengan nilai serta kepuasan pelanggan.

### 2.2 Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Yang memiliki arti totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithmal, Bitner, dan Gremler (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*”. Yang memiliki arti kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dalam hal apakah produk atau pelayanan telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:35), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada produk kinerja yang dirasakan relatif terhadap harapan pembeli.

## 3. METODE

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah produk Kopi Kenangan. Sedangkan, subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi produk Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan dengan cara pengisian kuesioner secara online untuk para konsumen Kopi kenangan di Mall Kelapa Gading.



Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Forms kepada responden berupa pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau atas pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu orang-orang yang mengkonsumsi produk Kopi Kenangan di Mall Kelapa Gading dengan jumlah responden sebanyak 135 responden.

Pengolahan data analisis data menggunakan media pengolahan data penelitian yaitu *Statistical product & Services Solution* (SPSS) dengan penggunaan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 25 Program SPSS*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif (Mean, Interval Kepercayaan, Rentang Skala), Analisis Regresi yang terdiri dari (1) Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas Residual, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas), (2) Uji Signifikansi Model (Uji F), (3) Uji Koefisien Signifikan (Uji t), (4) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

#### 4. HASIL

##### 4.1 Profil Responden

###### 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1

Profil Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	60	44,4%
Perempuan	75	55,6%
Total	135	100%

Jumlah responden laki - laki sebanyak 60 orang atau 44,4%. Jumlah responden perempuan sebanyak 75 orang atau 55,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dalam penelitian ini adalah responden perempuan yaitu sebanyak 75 orang.

###### 2. Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2

Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
17 – 21 Tahun	81	60%
22 – 26 Tahun	49	36,3%
27 – 31 Tahun	2	1,5%
>31 Tahun	3	2,2%
Total	135	100%



Jumlah responden yang berusia 17-21 tahun sebanyak 81 orang atau 60%, responden berusia 22 – 26 tahun sebanyak 49 orang atau 36,3%, responden berusia 27 – 31 tahun sebanyak 2 atau 1,5%, dan responden berusia >31 tahun sebanyak 3 orang atau 2,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dalam penelitian ini berusia 17 – 21 Tahun sebanyak 81 orang.

### 3. Responden berdasarkan jenis pekerjaan

Tabel 4.3

Responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	110	81,5%
Karyawan / Wirausaha	20	14,8%
Ibu Rumah Tangga	3	2,2%
Wirausaha	1	0,7%
SPG	1	0,7%
Total	135	100%

Jumlah responden yang berstatus pelajar / mahasiswa adalah 110 orang atau 81,5%, responden yang berstatus karyawan / wirausaha sebanyak 20 orang atau 14,8%, responden yang berstatus ibu rumah tangga sebanyak 3 orang atau 2,2%, responden berstatus wirausaha sebanyak 1 orang atau 0,7% dan responden berstatus SPG sebanyak 1 atau 0,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dalam penelitian ini berstatus pelajar / mahasiswa sebanyak 110 orang.

### 4.2 Uji Validitas

#### 1. Kualitas Produk

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
1.	Kopi Kenangan mempunyai pilihan ukuran minuman yang sesuai dengan selera anda	0.856	0.361	Valid
2.	Kopi Kenangan memiliki banyak pilihan varian rasa	0.885	0.361	Valid
3.	Kopi Kenangan menyediakan bahan pelengkap (seperti gula aren, sultan boba, grass jelly, marie regal, oreo, dan coconut jelly)	0.870	0.361	Valid
4.	Kopi Kenangan dapat mempertahankan kualitas produknya	0.882	0.361	Valid
5.	Kopi Kenangan menyajikan kopi sesuai dengan kriteria yang di pesan	0.820	0.361	Valid





**Tabel 4.4 (Lanjutan)**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)**

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
6.	Kopi Kenangan memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan	0.907	0.361	Valid
7.	Minuman Kopi Kenangan memiliki daya tahan cukup lama	0.822	0.361	Valid
8.	Kopi Kenangan memberikan variasi minuman yang sesuai dengan keinginan pelanggan	0.856	0.361	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.4, diperoleh *Corrected Total-Item Correlation* setiap butir pernyataan ( $r_{hitung}$ ) >  $r_{tabel}$  (0.361). Maka, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pernyataan dari variabel kualitas produk valid.

## 2. Kualitas Layanan

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2)**

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
1.	Karyawan Kopi Kenangan memberikan layanan yang tepat waktu	0.878	0.361	Valid
2.	Karyawan Kopi Kenangan bersikap ramah kepada pelanggan	0.896	0.361	Valid
3.	Karyawan Kopi Kenangan dapat menangani masalah pelanggan	0.832	0.361	Valid
4.	Karyawan Kopi Kenangan dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.890	0.361	Valid
5.	Karyawan Kopi Kenangan teliti dalam melayani pelanggan	0.844	0.361	Valid
6.	Karyawan Kopi Kenangan sigap dalam melayani pelanggan saat dibutuhkan	0.915	0.361	Valid
7.	Karyawan Kopi Kenangan menanggapi permintaan kebutuhan dari pelanggan	0.881	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.



**Tabel 4.5 (Lanjutan)**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2)**

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
8.	Karyawan Kopi Kenangan dapat dipercaya dalam melayani pelanggan	0.902	0.361	Valid
9.	Karyawan Kopi Kenangan bersikap sopan kepada pelanggan	0.889	0,361	Valid
10.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan	0.828	0.361	Valid
11.	Karyawan Kopi Kenangan dapat memahami kebutuhan pelanggan	0.862	0.361	Valid
12.	Karyawan Kopi Kenangan menjaga kebersihan peralatan	0.892	0.361	Valid
13.	Fasilitas yang tersedia di kedai Kopi Kenangan cukup menarik	0.825	0.361	Valid
14.	Karyawan Kopi Kenangan selalu berpenampilan rapi dan menarik	0.903	0.361	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.5, diperoleh *Corrected Total-Item Corelation* setiap butir pernyataan ( $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.361)). Maka, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pernyataan dari variabel kualitas layanan valid.

### 3. Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
1.	Saya merasa puas dengan produk Kopi Kenangan dan akan kembali membeli produk Kopi Kenangan	0.964	0.361	Valid
2.	Saya membeli produk terbaru dari Kopi Kenangan	0.953	0.361	Valid
3.	Saya berbicara hal yang baik mengenai Kedai Kopi Kenangan dan produknya	0.960	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 4.6 (Lanjutan)**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Indikator	r Hitung ( <i>Corrected total item correlation</i> )	r Tabel	Keterangan
4.	Saya akan membeli Kopi Kenangan meskipun mengetahui jika harga Kopi Kenangan lebih tinggi dibanding produk kopi lain	0.957	0.361	Valid
5.	Saya memberikan saran kepada Kopi Kenangan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan	0.972	0.361	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.6, diperoleh *Corrected Total-Item Correlation* setiap butir pernyataan ( $r_{hitung}$ ) >  $r_{tabel}$  (0.361). Maka, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pernyataan dari variabel kepuasan pelanggan valid.

#### 4.3 Analisis Reliabilitas

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0.965	8
Kualitas Layanan	0.980	14
Kepuasan Pelanggan	0.987	5

Berdasarkan pada tabel 4.7, data hasil uji realibilitas dari nilai Cronbach's Alpha di atas menunjukkan nilai reliabilitas dari variabel kualitas produk sebesar  $0,965 > 0,700$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Berdasarkan pada tabel 4.7, data hasil uji realibilitas dari nilai Cronbach's Alpha di atas menunjukkan nilai reliabilitas dari variabel kualitas layanan sebesar  $0,980 > 0,700$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan pada tabel 4.7, data hasil uji realibilitas dari nilai Cronbach's Alpha di atas menunjukkan nilai reliabilitas dari variabel kepuasan pelanggan sebesar  $0,987 > 0,700$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

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.





#### 4.4 Analisis Deskriptif

##### 1. Kualitas Produk

Tabel 4.8

Rata - rata dan Interval Kepercayaan Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Nilai					Mean	Interval 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Kopi Kenangan mempunyai pilihan ukuran minuman yang sesuai dengan selera anda	2	14	28	42	49	3.90	3.72-4.08
2	Kopi Kenangan memiliki banyak pilihan varian rasa	2	8	19	42	64	4.17	4.00-4.33
3	Kopi Kenangan menyediakan bahan pelengkap (seperti gula aren, sultan boba, grass jelly, marie regal, oreo, dan coconut jelly)	1	9	25	41	59	4.09	3.93-4.26
4	Kopi Kenangan dapat mempertahankan kualitas produknya	0	12	24	49	50	4.01	3.85-4.17
5	Kopi Kenangan menyajikan kopi sesuai dengan kriteria yang di pesan	1	11	27	43	53	4.00	3.83-4.17
6	Kopi Kenangan memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan	1	10	26	54	44	3.96	3.80-4.12
7	Minuman Kopi Kenangan memiliki daya tahan cukup lama	3	11	32	50	39	3.82	3.64-3.99
8	Kopi Kenangan memberikan variasi minuman yang sesuai dengan keinginan pelanggan	1	7	27	50	50	4.04	3.88-4.20
Skor Akhir Variabel Kualitas Produk							4.00	3.87-4.12

Berdasarkan dari tabel 4.8, diketahui skor rata – rata dari variabel kualitas produk memiliki nilai rata - rata sebesar 4,00 yang menunjukkan berada di kisaran setuju dengan selang kepercayaan 95% sebesar 3,87-4,12. Dapat dikatakan bahwa hampir sebagian responden setuju terhadap kualitas produk yang dimiliki Kopi Kenangan. Nilai rata – rata tertinggi jawaban responden dari variabel kualitas produk sebesar 4,17 ditunjukkan pada pernyataan tentang “Kopi Kenangan memiliki banyak pilihan varian rasa”. Nilai rata – rata terendah sebesar 3,82 pada pernyataan “Minuman Kopi Kenangan memiliki daya tahan cukup lama”.

© Hak Cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## 2. Kualitas Layanan

Tabel 4.9

Rata - rata dan Interval Kepercayaan Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Nilai					Mean	Interval 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Karyawan Kopi Kenangan memberikan layanan yang tepat waktu	3	5	22	50	55	4.10	3.94-4.26
2	Karyawan Kopi Kenangan bersikap ramah kepada Pelanggan	2	9	19	38	67	4.17	4.00-4.34
3	Karyawan Kopi Kenangan dapat menangani masalah pelanggan	3	15	24	46	47	3.88	3.69-4.06
4	Karyawan Kopi Kenangan dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan	2	9	29	48	47	3.95	3.78-4.12
5	Karyawan Kopi Kenangan teliti dalam melayani pelanggan	3	12	28	47	45	3.88	3.70-4.05
6	Karyawan Kopi Kenangan sigap dalam melayani pelanggan saat dibutuhkan	3	14	31	42	45	3.82	3.64-4.01
7	Karyawan Kopi Kenangan menanggapi permintaan kebutuhan dari pelanggan	1	12	27	46	49	3.96	3.79-4.13
8	Karyawan Kopi Kenangan dapat dipercaya dalam melayani pelanggan	3	13	25	41	53	3.94	3.76-4.13
9	Karyawan Kopi Kenangan bersikap sopan kepada pelanggan	3	12	18	46	56	4.03	3.85-4.21
10	Karyawan Kopi Kenangan bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan	1	19	33	43	39	3.74	3.56-3.91
11	Karyawan Kopi Kenangan dapat memahami kebutuhan pelanggan	2	14	32	47	40	3.80	3.63-3.98
12	Karyawan Kopi Kenangan menjaga kebersihan peralatan	2	9	33	36	55	3.98	3.81-4.16
13	Fasilitas yang tersedia di kedai Kopi Kenangan cukup menarik	2	12	39	48	34	3.74	3.57-3.90
14	Karyawan Kopi Kenangan selalu berpenampilan rapi dan menarik	3	6	24	43	59	4.10	3.93-4.27
Skor Akhir Variabel Kualitas Layanan							3.93	3.82-4.05

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



Berdasarkan dari tabel 4.9, diketahui skor rata – rata dari variabel kualitas layanan memiliki nilai rata - rata sebesar 3,93 yang menunjukkan berada di kisaran setuju dengan selang kepercayaan 95% sebesar 3,82-4,05. Dapat dikatakan bahwa hampir sebagian responden setuju terhadap kualitas layanan yang diberikan Kopi Kenangan. Nilai rata – rata tertinggi jawaban responden dari variabel kualitas layanan sebesar 4,17 ditunjukkan pada pernyataan tentang “Karyawan Kopi Kenangan bersikap ramah kepada Pelanggan”. Nilai rata – rata terendah dari variabel kualitas layanan sebesar 3,74 pada pernyataan tentang “Karyawan Kopi Kenangan bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan” dan menunjukkan hasil yang sama sebesar 3,74 pada pernyataan “Fasilitas yang tersedia di kedai Kopi Kenangan cukup menarik”.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.10

Rata - rata dan Interval Kepercayaan Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Nilai					Mean	Interval 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Saya merasa puas dengan produk Kopi Kenangan dan akan kembali membeli produk Kopi Kenangan	3	4	13	59	56	4.19	4.04-4.34
2	Saya membeli produk terbaru dari Kopi Kenangan	3	9	32	49	42	3.87	3.70-4.04
3	Saya berbicara hal yang baik mengenai Kedai Kopi Kenangan dan produknya	-	3	20	60	52	4.19	4.06-4.32
4	Saya akan membeli Kopi Kenangan meskipun mengetahui jika harga Kopi Kenangan lebih tinggi dibanding produk kopi lain	2	9	25	59	40	3.93	3.77-4.09
5	Saya memberikan saran kepada Kopi Kenangan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan	8	9	31	50	37	3.73	3.54-3.92
Skor Akhir Variabel Kepuasan Pelanggan							3.98	3.87-4.09

Berdasarkan dari tabel 4.10, diketahui skor rata – rata dari variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai rata - rata sebesar 3,98 yang menunjukkan berada di kisaran setuju dengan selang kepercayaan 95% sebesar 3,87-4,09. Nilai rata – rata tertinggi jawaban responden dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,19 ditunjukkan pada pernyataan tentang “Saya merasa puas dengan produk Kopi Kenangan dan akan kembali membeli produk Kopi Kenangan” dan menunjukkan hasil yang sama sebesar 4,19 pada pernyataan tentang “Saya berbicara hal yang baik mengenai Kedai Kopi Kenangan dan produknya”. Nilai rata – rata terendah dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,73 pada pernyataan tentang “Saya memberikan saran kepada Kopi Kenangan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian (IBIKKG)

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



## 4.5 Analisis Regresi

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas Residual**

Uji Asumsi Klasik	Sig.	Keterangan
Normalitas	0.161	Residual berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji Normalitas, memperoleh petunjuk hasil normalitas dengan nilai sig 0.161 > 0,05 artinya residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji Asumsi Klasik	Variabel	VIF	Keterangan
Multikolinearitas	Kualitas Produk	1.104	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Kualitas Layanan	1.104	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas, memperoleh petunjuk hasil variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memperoleh petunjuk nilai VIF 1.104 < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji Asumsi Klasik	Variabel	Sig	Keterangan
Heteroskedastisitas	Kualitas Produk	0.405	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Kualitas Layanan	0.832	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, memperoleh petunjuk hasil variabel Kualitas Produk memperoleh petunjuk sig 0.405 > 0,05 dan pada variabel Kualitas Layanan memperoleh sig 0.832 > 0,05 artinya dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 4.6 Uji Keberartian Model (Uji F)

**Tabel 4.14**  
**Pengujian Kesesuaian Model**

Nilai F	Sig.
20.876	0,000

Berdasarkan hasil uji keberartian model (Uji F), dijelaskan bahwa nilai F hitung (20.876) > F tabel (3,06) dan signifikansi F (0,000) <  $\alpha$  (0,05) maka, dapat



disimpulkan bahwa paling tidak ada satu diantara koefisien tidak sama dengan nol sehingga dapat dikatakan bahwa regresi ini layak untuk digunakan pada penelitian ini.

#### 4.7 Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

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

**Tabel 4.15**  
**Pengujian Hipotesis Penelitian**

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Regresi Terstandar	t	Sig (1-tailed)
Kualitas Produk	0,135	0,246	3,087	0,002
Kualitas Layanan	0,122	0,355	4,456	0,000

Berdasarkan tabel 4.15, diketahui pengujian hipotesis penelitian yaitu:

(1) Uji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji tersebut, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa nilai thitung ( $3,087$ ) > ttabel ( $1,98$ ) dan sig. ( $0,002/2$ ) <  $\alpha$  ( $0,05$ ) maka tolak  $H_0$  atau terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Uji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji tersebut, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa nilai thitung ( $4,456$ ) > ttabel ( $1,98$ ) dan sig. ( $0,000/2$ ) <  $\alpha$  ( $0,05$ ) maka tolak  $H_0$  atau terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,490 <sup>a</sup>	0,240	0,229	2,807

Berdasarkan hasil nilai R Square sebesar 0,240 yang berarti 24%. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas produk dan kualitas layanan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 24%. Sedangkan, 76% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian.

## 5. PEMBAHASAN

### 5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan bukti bahwa indikator kualitas produk memiliki skor rata – rata sebesar 4,00 yang dimana berada pada rentang skala setuju. Dari hasil penelitian tersebut, bisa dinyatakan bahwa konsumen menilai kualitas produk pada produk Kopi Kenangan sudah baik.

Hasil penelitian diatas, sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2021:239), menyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar, dimana kualitas mempengaruhi kinerja suatu produk, maka dari itu kualitas produk terkait dengan nilai serta kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian dari Jurnal I Gusti Ngurah Arya WigunaMaha Diputra dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2021) menyatakan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil penelitian terdahulu, kualitas produk





yang baik tentunya dapat membuat konsumen Kopi Kenangan bertahan dan kepuasan pelanggan akan meningkat.

### 5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan bukti bahwa indikator kualitas layanan memiliki skor rata – rata sebesar 3,93 yang dimana berada pada rentang skala setuju. Dari hasil penelitian tersebut bisa dinyatakan bahwa konsumen menilai kualitas layanan pada produk Kopi Kenangan sudah baik.

Hasil penelitian diatas, sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2016:156), “Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.”. Menyatakan bahwa totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian dari Jurnal Monica Maria dan Mohamad Yusak Anshori (2013) menyatakan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil penelitian terdahulu, kualitas layanan yang baik tentunya dapat membuat konsumen Kopi Kenangan bertahan dan kepuasan pelanggan akan meningkat.

## 6. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Kopi Kenangan. Semakin berkualitas produk yang dimiliki, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Kopi Kenangan. Semakin berkualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

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

#### 1. Bagi Perusahaan

Kopi Kenangan dalam kualitas produk dapat meningkatkan pada faktor daya tahan produk karena berdasarkan responden yang mengisi kuesioner penelitian ini ketahanan produk Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading mendapatkan nilai rata-rata terendah, untuk tingkat kualitas layanan Kopi Kenangan dapat meningkatkan faktor dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan dan faktor yang kedua dalam fasilitas yang tersedia di Kopi Kenangan, apabila karyawan kopi kenangan bisa menerima kritik dan saran dari para pelanggan dan meningkatkan lagi dalam fasilitas supaya lebih menarik maka, tingkat kepuasan akan meningkat sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan dan pelanggan tidak akan berpaling dari Kopi Kenangan. Jika kualitas produk meningkat dan layanan meningkat maka, kepuasan akan meningkat dalam waktu bersamaan karena kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi suatu perusahaan.

#### 2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan variabel lainnya seperti kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat.



## DAFTAR PUSTAKA

Artif Wirti, M. et al., (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Independen Business Owner) Pada Perusahaan Networt Marketing Tiens Syariah (Studi Kasus Pada Independen Busines Owner Yang Terdaftar di Stokis 812 Tiens Syariah Padang). *Jurnal Matua*, Vol. 3 , No. 2 , Juni 2021, Hal : 315-330.

Cooper, R., D., & S. Schindler., P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 11, Buku 1. Salemba Empat.

Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, Vol. 4, No. 1, Hal 25–34.

Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.

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

Hair, J. F., William, C. B., Barry, J., Rolph, E. (2019). *Multivariate Data Analysis*, Eighth edition. United Kingdom: Cengage

Hoe, L. C. & Mansori, S., (2018). The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, Vol. 3, No. 1

Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. (18e ed.). Pearson Global Edition.

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane, (2016). *Marketing Management 15th Edition*, United States of America: Pearson Global Edition

Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, Vol. 6, No.1, Hal 50–51.

Umar., H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2018). *Services Marketing*. (7<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw Hill Education.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin tanpa mengemukakan 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penyalinan dalam bentuk apa pun 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.

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Andrea Cindy  
NIM : 24190345 Tanggal Sidang : 12 April 2023  
Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan  
Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Mall Kelapa Gading

Takarta, 02 / 05 20 23

Mahasiswa / I  
(Andrea Cindy..)

Pembimbing  
([Signature])