

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI LAIN HATI MARGAHAYU

Suci Nurillahi¹, Suroyo², Tiara Noviarini³

^{1,2}Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana

³Program Studi Komputerisasi Akuntansi Universitas Mitra Karya

sucinurillahi93@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu, (2) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu, (3) Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang tergolong penelitian survei, dan alat penelitiannya adalah kuesioner. Subjek penelitian ini adalah pegawai dari Kedai Kopi Lain Hati Margahayu, sampel dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 80 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu. (3) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The Effect of Quality of Service and Product Quality on Customer Satisfaction at Coffee Shop Lain Hati Margahayu

This study aims to determine: (1) Does Service Quality Affect Customer Satisfaction at Other Hati Margahayu Coffee Shops, (2) Does Product Quality Affect Customer Satisfaction at Other Hati Margahayu Coffee Shops, (3) Does Service Quality and Product Quality Affect to customer satisfaction at the Lain Hati Margahayu Coffee Shop. This research uses quantitative methods which are classified as survey research, and the research tool is a questionnaire. The subjects of this study were employees of the Lain Hati Margahayu Coffee Shop, the sample in this study used as many as 80 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Lain Hati Margahayu Coffee Shop. (2) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Lain Hati Margahayu Coffee Shop. (3) Service Quality and Product Quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Lain Hati Margahayu Coffee Shop.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Pada Era Globalisasi perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya dalam masyarakat. Selain itu, dengan berkembangnya teknologi membuat dunia bisnis semakin berkembang pesat. Pada saat ini, banyak sekali kebudayaan di Indonesia yang telah dipengaruhi oleh budaya luar negeri dalam segi makanan dan minuman, Sebagai contoh, budaya ngopi atau meminum kopi.

Pada saat ini di daerah Bekasi banyak warung warung atau kedai kopi, mulai dari kedai jalanan sampai kafe sekelas starbucks. Salah satu nya kedai yang banyak diminati anak remaja sebagai tempat tongkrongan yaitu kedai Lain Hati. Kedai Lain Hati beralamat di JL. HM. Joyo Martono No. B1, RT.002/rw.013, Margahayu Bekasi Timur, letak kedai ini dapat di katakan cukup strategis dan mudah di jakau. Target pelanggannya yaitu para karyawan dan mahasiswa, karna lokasi kedai nya memang sangat dekat dengan daerah kampus. Kedai Lain Hati juga memiliki keunikan pada konsep serta dekorasi nya dengan penataan yang kekinian sehingga membuat para pelanggan nyaman dan memiliki spot photo genetic yang membuat banyak remaja merasa tertarik untuk berkunjung kembali. Kedai Lain Hati saat ini tercatat memiliki 222 cabang tetapi belum termasuk cabang lain yang belum resmi di buka.

Kompetisi bisnis di dunia kopi di Bekasi tampak semakin kompetitif. Persaingan kualitas pelayanan dan

kualitas produk begitu sangat sengit, menuntut para bisnis kopi untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen. Pelaku bisnis juga diharapkan dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen, sehingga kepuasan konsumen dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian dimasa yang akan datang.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Kedai Lain Hati khususnya tentang kepuasan konsumen. Hal itu dibuktikan dengan pra-survey yang dilakukan oleh penulis kepada 20 konsumen Kedai Lain Hati tentang kepuasan konsumen. Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan mereka salah satunya yaitu pelayanan (fasilitas kamar mandi, lahan parkir, kemampuan dan keramahan barista) yang dimiliki oleh kedai Lain Hati kurang memuaskan,

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat 5 (lima) faktor utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan yaitu : (1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan 3 pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (3) Emosional, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan

kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu. (4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Faktor pertama yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler (2007) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2006:14).

Dalam penelitian ini hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan dianalisis dengan menggunakan distribusi frekuensi yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. dengan mendeskripsikan atau menjelaskan data yang mendukung variabel yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental sampling. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2006:67). Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan teknik solvin diperoleh jumlah sampel sebanyak 80 orang. Sedangkan untuk Uji coba peneliti melaksanakan di Kedai Kopi Lain Hati dengan responden sebanyak 30 konsumen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil analisis deskriptif pada Pelayanan nilai minimum sebesar 57, nilai maksimum sebesar 67, mean sebesar 61.59, median sebesar 61. Selanjutnya data kualitas produk dikategorikan. Kategorisasi untuk variabel pelayanan disajikan pada tabel berikut ini: Tabel 4.4 Kategorisasi Kualitas Pelayanan

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Puas	12	15 %
Puas	63	78.75 %
Tidak Puas	5	6.25%
Jumlah	80	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap pelayanan dalam kategori puas yaitu sebanyak 63 orang dengan presentase 78.75% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 5 orang dengan presentase 6.25%.

Kualitas Produk (X2)

Hasil analisis deskriptif pada kualitas produk nilai minimum sebesar 59, nilai maksimum sebesar 71, mean sebesar 64.6 ,median sebesar 6. Selanjutnya data kualitas produk dikategorikan Kategorisasi untuk 5 variabel kualitas produk disajikan pada tabel 10

Tabel 4.5 Kategorisasi Kualitas Produk

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Puas	23	28.75 %
Puas	37	46.25 %
Tidak Puas	20	5.00%
Jumlah	80	100%

Berdasarkan table di atas menunjukan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap kualitas produk dalam kategori puas yaitu sebanyak 37 orang dengan presentase 46.25% yang memberi nilai sangat puas sebanyak 23 porang dengan presentase 28.75% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 20 orang dengan presentase

25%.

Tabel 4.6 Kategorisasi Kepuasan Pelanggan

Kategori	Frekuensi	Presentase
Sangat puas	10	12.5%
Puas	52	62.5%
Tidak puas	18	22.5%
Jumlah	80	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan dalam kategori puas yaitu sebanyak 52 orang dengan presentase 62.5% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 18 orang dengan presentase 22.5%.

Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyadi,2001:81). Faktor lain yang

dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan upayamemenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2007). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas jasa yaitu: bukti fisik atau (tangible), keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan Empaty. Kualitas dari pelayanan yang di berikan oleh Kedai Kopi Lain Hati Margahayu sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Apabila kedai memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan maka konsumen merasa puas.

Begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan yang di berikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas Pelayanan yang baik yang di tawarkan pada konsumen merupakan daya Tarik konsumen untuk tetap setia berkunjung lagi.

Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil Penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Haryanto (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji McDonald's Manado. Menurut Handi Irawan (2002:45) kualitas produk adalah driver kepuasan pelanggan yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai

beberapa dimensi. Paling tidak terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu di perhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan pelanggan terhadap kualitas konsumen.

Dari pendapat yang di kemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang di nilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Bersama Sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 64,80%. Untuk memuaskan konsumen diperlukan strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan sebaik baiknya dimensi kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kualitas produk meliputi fungsi, fitur, keandalan, kesesuaian, usia produk, estetika, perceived quality, dan kualitas pelayanan meliputi tangibels, reability, responveness, assurance dan empathy.

Kepuasan pelanggan (Customer Satifaction) atau sering disebut juga dengan total Costumer Satisfaction menurut Barkley dan Saylor (1994:82) merupakan focus dari proses Costumer-Driven Project manajemen (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan adalah kualitas. Begitu juga definisi

singkat tentang kualitas yang dinyatakan oleh Juran (1993:3) bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996:146) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang di rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menurut hal yang di ungkapkan Zeithaml & Bitner (2008:110) Mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja actual jasa.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen menilai kualitas layanan yang ada di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu pada kategori Puas. Hal ini dapat ditunjukkan pada hasil kategorisasi kualitas layanan dengan jumlah konsumen sebesar 63 orang dengan presentase 78.75%.
2. Konsumen menilai kualitas produk yang ada di Kedai Kopi Lain Hati Margahayu pada kategori Puas. Hal ini dapat ditunjukkan pada hasil kategorisasi kualitas produk dengan jumlah konsumen sebesar 37 orang dengan presentase 46.25%.
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 32,70%.
4. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 32,10%.
5. Kualitas layanan dan produk

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 64,80%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufik M (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Atmodjo, Marsum W (2005). *Restoran dan segala Permasalahannya*. Yogyakarta.
- Endang Mulyatiningsih. (2011) *.Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik* .Yogyakarta: UNY Press
- Fandi, Tjiptono (2001). *Kualitas jasa Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manarejerial, majalah manajemen usahawan Indonesia*. Jakarta.
- Fandy (2004). *Manajemen Jasa*. Malang: Banyu Media.
- Fandy, Tjiptono (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fiani, Margaretha S.& Edwin Japarianto. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Jurnal manajemen pemasaran. (Tersedia di www.google.com, diakses 8 januari 2017, 11:05)
- Ghozali, Imam. (2006) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Handi, Irawan (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta Elex Media.

- Hassel Nogi S. Tangkilisan, M.Si, (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Husein Umar. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Komputindo.
- Irawan. (2002). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan praktek*. Edisi Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, Kotler. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Prayitno, D. (2011). *Analisis Korelasi Parsial*. Diperoleh 15 februari 2017 dari <http://duwiconsultant.blogspot.co.id/211/11/analisis-korelasi-parsial.html>.
- Prayitno, D. (2014). *Teknik mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Priyanto, D. (2009). *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endaryanto. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Books.
- Supranto, M.A., APU. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Yeoti, O.A (2019). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yola, M. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Important Performace Analysis (IPA)*. Teknik Industri Universitas Islam Negeri Ultan Syarif Kasyim : Riau.