

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPI KREN POS BLOC PASAR BARU SAWAH BESAR DI JAKARTA PUSAT

Yofi Monica¹, Sunanto²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹yovimonicaa25@gmail.com, ²Sunantoapt@gmail.com

Info Kata kunci:

Kualitas Produk; Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Kren Pos Bloc di Jakarta Pusat dengan jumlah 5.472 pelanggan pada tahun 2023. Dengan teknik rumus slovin didapat sampel penelitian adalah 99 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan SPSS Versi 24 yang meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($15,570 > 1,985$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($16,822 > 1,985$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk dan pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($169,687 > 3,090$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan di dapat persamaan regresi linier berganda $Y = 3,361 + 0,402 X_1 + 0,535 X_2 + \alpha$. Hasil nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,779, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 77,9% sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 77,9\%$) 22,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Keywords :

Product Quality; Service; Customer Satisfaction

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product and service quality on customer satisfaction at Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar in Central Jakarta. The method used is a quantitative associative method. The population in this research is Kopi Kren Pos Bloc customers in Central Jakarta with a total of 5,472 customers in 2023. Using the Slovin formula technique, the research sample was 99 respondents. The sampling technique used is accidental sampling. The data analysis method used in the research uses SPSS Version 24 which includes instrument tests consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity and autocorrelation tests, regression tests. multiple linear, correlation coefficient, hypothesis test consisting of partial t test and simultaneous f test, and coefficient of determination test. From the results of this research, it is concluded that product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($15.570 > 1.985$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($16.822 > 1.985$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Product and service quality simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($169.687 > 3.090$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$ and the multiple linear regression equation $Y = 3.361 + 0.402 X_1 + 0.535 + \alpha$. The resulting R-square value (coefficient of determination) is 0.779, so it can be concluded that the product quality (X_1) and service quality (X_2) variables together have an influential contribution to the customer satisfaction variable (Y) of 77.9% while the remainder is ($100\% - 77.9\%$) 22.1% influenced by other factors or variables not studied.



PENDAHULUAN

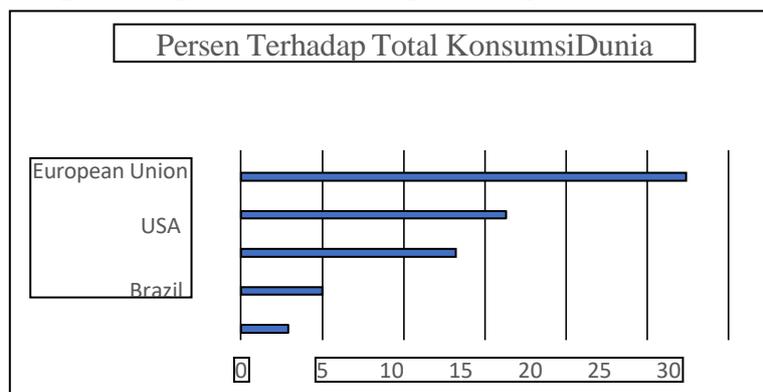
Di era globalisasi saat ini, sektor bisnis semakin berkembang setiap harinya. Hal ini berarti bahwa dunia usaha tidak bisa tetap terisolasi dari para pesaing mereka saat ini, dan sebagai konsekuensinya, dunia usaha harus menyediakan strategi pemasaran yang efektif bagi rekan-rekan mereka di sektor industri atau jasa.

Salah satu industri di Indonesia yang berkembang pesat dan menghadapi persaingan yang ketat saat ini adalah industri makanan yaitu sektor kuliner. Persaingan yang ketat ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha kuliner yang menawarkan produk serupa, namun masing-masing pelaku usaha memiliki perbedaan dalam hal harga dan layanan. Untuk membuat pelanggan merasa seolah-olah permintaan mereka terpenuhi, penyedia layanan harus menawarkan produk atau layanan berkualitas tinggi dengan harga yang lebih masuk akal dengan tetap menjaga kualitas produk atau layanan secara keseluruhan.

Pengusaha memiliki akses terhadap berbagai industri alternatif, termasuk makanan, pendidikan, ritel, rekreasi, dan lain-lain. Mengingat pangan merupakan kebutuhan vital manusia, industri makanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang dipilih dengan baik.

Gambar 1

Grafik Negara Dengan Komsumsi Kopi Terbanyak Nomor Lima di Dunia



Sumber: Validnews.co 2017

Data yang disajikan pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Uni Eropa merupakan konsumen kopi terbesar secara global, yaitu sebesar 27,4% dari konsumsi kopi. Amerika Serikat, Jepang, Brazil, dan Indonesia mengikuti dengan masing-masing 16,3%, 13,2%, 5%, dan 2,9%.

Perkembangan kopi di Indonesia sangat berpengaruh penting dalam dunia industri salah satunya banyak kedai kopi atau yang disebut dengan *coffe shop*, *coffeshop* menjadi tempat kesukaan masyarakat untuk beristirahat, bekerja atau berkumpul dengan teman seirng dengan meningkatnya minat akan budaya kopi. Ditengah pesatnya pertumbuhan industri kopi, persaingan antara *coffee shop* semakin ketat. Disinilah pengusaha penting memahami aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kesuksesan suatu *coffee shop*.

Budaya kopi Indonesia mengadopsi inovasi, dan di tengah gerakan ini terdapat Kopi Kren. Didirikan oleh Andhi Arnas pada tanggal 15 Februari 2018, Kopi Kren dengan cepat berkembang, menanamkan cabang pertamanya di Pos Bloc Jakarta Pusat, diikuti oleh Pakuwono Terrace, Tebet, Pantai Indah Kapuk 2, Kodam Cipinang Melayu, green ville, dan Rafles Hills Cibubur. Kopi Kren tidak sekadar menyajikan kopi ini tentang mengubah pengalaman menikmati kopi Indonesia melalui proses yang teliti, campuran khas, dan komitmen yang tak tertandingi terhadap kualitas. Kopi Kren beda dengan *coffe shop* pada umumnya dikarenakan produk yang digunakan unik dan berkualitas tinggi dengan biji kopi single-origin dari pilihan biji kopi yang terbaik di Indonesia. Selain itu Kopi Kren terus berinovasi dari trend terbaru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan itu sendiri. Misalnya, menawarkan rasa kopi dengan berbagai rasa dan campuran inovatif dengan cita rasa floral atau Ethiopia sedangkan pesaing lebih menonjolkan kekayaan rasa cokelat.

Tabel 1
Data Kepuasan Pelanggan
Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat

No	Data	Temuan	Keterangan
1	Kualitas Makanan dan Minuman	90% pelanggan puas dengan kualitas produk	Pelanggan menyebutkan rasa dan penyajian sesuai dengan harapan mereka.
2	Kecepatan Pelayanan	82% pelanggan puas dengan kecepatan layanan	Waktu tunggu yang singkat dan responsif terhadap pesanan menjadi faktor positif.
3	Rekomendasi dari Pelanggan Lain	85% pelanggan direkomendasikan oleh teman/keluarga	Banyak pelanggan yang datang berdasarkan rekomendasi, menunjukkan minat berulang yang tinggi.
4	Peningkatan Fasilitas dan Layanan	65% pelanggan ingin melihat peningkatan fasilitas	Pelanggan akan lebih tertarik kembali jika ada peningkatan fasilitas seperti Wi-Fi atau tempat duduk.
5	Keunikan dan Diferensiasi Cafe	65% pelanggan merekomendasikan karena keunikan	Keunikan dalam konsep, menu, atau dekorasi cafe menjadi faktor utama dalam rekomendasi pelanggan.
6	Testimoni di Media Sosial	70% pelanggan menyebutkan cafe dalam unggahan mereka	Banyak pelanggan berbagi pengalaman positif dan merekomendasikan cafe kepada pengikut mereka di media sosial.
7	Pengalaman Positif Sebelumnya	78% pelanggan menyatakan ingin kembali	Pelanggan puas dengan pengalaman sebelumnya, terutama dalam aspek produk dan layanan.
8	Pengalaman Keseluruhan	75% pelanggan merekomendasikan berdasarkan pengalaman keseluruhan	Pelanggan yang mengalami pengalaman positif secara keseluruhan lebih cenderung merekomendasikan cafe.
9	Harga yang Seimbang dengan Kualitas	75% pelanggan merasa harga sesuai dengan kualitas	Beberapa pelanggan menyebut harga sedikit tinggi, namun sebanding dengan kualitas.
10	Kepuasan Terhadap Layanan	68% pelanggan siap merekomendasikan	Pelanggan yang puas dengan layanan yang ramah dan profesional cenderung merekomendasikan cafe.

Sumber: keluhan pada pelanggan mengenai kualitas produk pada tahun 2023

Pada tabel 1 di atas bahwa data mengenai kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat menunjukkan bahwa cafe berhasil mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, terutama dalam hal kualitas makanan dan minuman serta kecepatan layanan, yang keduanya mendapat persentase kepuasan di atas 80%. Rekomendasi dari pelanggan lain juga menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan baru, dengan 85% dari mereka datang melalui rekomendasi. Meskipun sebagian besar pelanggan puas, ada area yang perlu diperhatikan untuk peningkatan, seperti fasilitas dan layanan, serta harga yang sedikit lebih tinggi. Keunikan cafe dalam konsep dan menu juga berperan penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, sementara testimoni positif di media sosial membantu memperkuat reputasi cafe secara online. Secara keseluruhan, pengalaman yang positif mendorong minat berkunjung kembali dan rekomendasi dari pelanggan, meskipun masih ada ruang untuk meningkatkan beberapa aspek layanan.

Mempertahankan pelanggan memerlukan strategi dengan keseluruhan, yang mencakup kualitas produk, layanan pelanggan, fasilitas, dan interaksi yang konsisten dan positif. Dengan fokus pada inovasi, personalisasi, dan respons yang cepat terhadap masukan pelanggan, cafe dapat membangun loyalitas yang kuat. Pengembangan program loyalitas, penawaran fasilitas tambahan, serta manajemen yang baik terhadap ulasan dan media sosial juga menjadi faktor penting dalam menjaga pelanggan agar terus kembali. Strategi-strategi ini, jika dijalankan dengan baik, akan membantu Kopi Kren Poc Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat mempertahankan basis pelanggan yang kuat dan bahkan meningkatkan kunjungan berulang.

Untuk memuaskan pelanggan, dunia usaha harus mampu menawarkan barang dan jasa terbaik dengan biaya yang sepadan dengan apa yang diberikan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan merupakan indikator yang kuat tentang seberapa baik bisnis tersebut mempromosikan penawarannya.

Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan kepuasan pelanggan pada Kopi Kres Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat untuk menyeimbangkan harapan klien, upaya harus dilakukan untuk memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan. Ini adalah konsep kualitas produk. Menurut Kotler dan Amrstrong, (2016:253) “Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.” Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi pelanggan dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk.

Pada penjualan 3 tahun terakhir Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat harus bisa mengamati perubahan pelanggan yang beralih dari minuman kopi premium ke pilihan yang lebih ekonomis. Dengan hal adanya faktor ekonomi yang tidak menentu telah membuat pelanggan lebih selektif dan berhati-hati dalam membelanjakan uangnya, sehingga berdampak pada penurunan penjualan produk-produk unggulan yang ditawarkan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar Di Jakarta Pusat.

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian pada Mirna Ayu, Baharudin Semmana, Imamudin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan yang menyatakan bahwa hasil penelitian tersebut berpengaruh secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Novia di Pusat Grosir Butung Makassar”. Berikut data keluhan pelanggan mengenai kualitas produk antara lain yaitu:

Tabel 2
Data Keluhan Kualitas Produk
Pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat

No	Keluhan	Produk	Deskripsi	Perubahan Yang Diharapkan
1.	Iced latte terlalu encer dan rasa kopitidak kuat	Minuman (Iced Latte)	Minuman terasa lebih encer dari biasanya, dengan rasa kopi yang sangat lemah.	Penyesuaian takaran kopi dan konsistensi campuran minuman.
2.	Espresso terasa terlalu pahit dan gosong	Minuman (Espresso)	Espresso yang disajikan terlalu pahit dan terasagosong, kemungkinan akibat over-extraction.	Penyesuaian waktu ekstraksi dan pemilihan biji kopi yang tepat.
3.	Matcha latte terasaterlalu pahit dan tidak creamy	Minuman (Matcha Latte)	Matcha latte yang disajikan terlalu pahit dan tidak creamy, membuat rasa minuman tidak seimbang.	Penyesuaian takaran matcha dan susu untuk rasa yang lebih seimbang.
4.	Cheesecake terlalumanis dan teksturnya tidak lembut	Makanan (Cheesecake)	Cheesecake yang disajikan terlalu manis dan teksturnya tidak selembut yang diharapkan.	Penyesuaian takaran gula dan metode pembuatan cheesecake.
5.	Sandwich terasa kering dan roti terlalu keras	Makanan (Sandwich)	Roti pada sandwich terasa keras, dan isian terlalu kering, tidak ada saus atau dressing yang cukup.	Penyesuaian pada jenis roti dan penambahan dressing untuk kelembutan.

Sumber: keluhan pada pelanggan mengenai kualitas produk pada tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2 mengenai keluhan pelanggan mengenai kualitas produk di Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat, terlihat bahwa beberapa masalah umum yang muncul berkaitan dengan ketidakseimbangan rasa, tekstur yang tidak sesuai, dan kurangnya perhatian terhadap detail dalam proses pembuatan dan penyajian. Keluhan-keluhan seperti Iced Latte yang encer, Espresso yang terlalu pahit, Matcha Latte yang tidak creamy, Cheesecake yang terlalu manis, dan Sandwich yang kering menunjukkan bahwa penyesuaian pada resep dan teknik penyajian sangat diperlukan.

Secara keseluruhan, tindakan yang diharapkan meliputi penyesuaian takaran bahan, pemilihan bahan yang lebih tepat, serta peningkatan teknik pembuatan untuk mencapai standar kualitas yang diinginkan. Dengan melakukan perbaikan tersebut, Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memastikan konsistensi produk, dan menjaga reputasi layanan mereka. Perhatian yang lebih mendetail pada proses penyajian dan kualitas bahan akan membantu Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat dalam mempertahankan pelanggan serta menciptakan pengalaman yang lebih baik.

Kualitas produk adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan dalam membangun reputasi. Kedai kopi yang berkualitas tidak hanya menawarkan minuman yang lezat, tetapi juga pengalaman yang menyeluruh bagi setiap pelanggan yang datang. Kualitas produk itu sendiri menjadi prioritas utama dalam memilih biji kopi yang terbaik dari segi teknik pemanggangan sangat diperlukan untuk menghasilkan kualitas yang terbaik.

Kualitas produk yang tinggi berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Kopi yang enak dan disajikan dengan baik membuat pelanggan merasa puas dan bahagia dengan pengalaman mereka. Pelanggan yang puas akan cenderung menjadi pelanggan yang setia sering kembali dan merekomendasikan coffee shop kepada orang lain.

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian pada Mirna Ayu, Baharudin Semmana, Imamudin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang menyatakan bahwa hasil penelitian tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Novia di Pusat Grosir Butung Makassar”

Berdasarkan hal tersebut, berikut data keluhan pelanggan untuk melihat bagaimana mengenai kualitas pelayanan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat:

Tabel 3
Data Keluhan Kualitas Pelayanan
Pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat

No Keluhan	Deskripsi	Tindakan Yang Diharapkan
1. Penyajian makanan terlalu lama	Pelanggan harus menunggu lebih dari 20 menit untuk mendapatkan pesannya.	Peningkatan efisiensi dapur dan pelatihan staf untuk mempercepat proses penyajian.
2. Makanan salah disajikan	Pelanggan menerima makanan yang berbeda dari yang dipesan, menyebabkan ketidakpuasan.	Peningkatan ketelitian dalam pencatatan dan pengecekan pesanan sebelum disajikan..
3. Staf tidak ramah saat melayani	Beberapa pelanggan melaporkan bahwa staf terlihat tidak ramah dan kurang membantu saat melayani.	Pelatihan layanan pelanggan untuk staf agar lebih ramah dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.
4. Makanan disajikan tidak dalam kondisi hangat	Makanan yang disajikan sudah dingin, menurunkan kualitas dan kenikmatan saat dikonsumsi.	Pengaturan ulang proses penyajian agar makanan tetap hangat hingga disajikan.
5. Kebersihan meja tidak terjaga sebelum makanan disajikan	Meja yang digunakan pelanggan masih kotor daritamu sebelumnya saat makanan disajikan.	Peningkatan kebersihan dan pengecekan meja sebelum menyajikan makanan.
6. Tidak ada pelayan yang tersedia saat pelanggan	Pelanggan kesulitan menambah pesanan karena tidak ada pelayan	Penambahan jumlah staf atau penggunaan sistem panggilan

No Keluhan	Deskripsi	Tindakan Yang Diharapkan
	ingin menambah pesanan yang tersedia untuk dihubungi.	untuk pelayanan lebih cepat.

Sumber: data keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan pada tahun 2023

Dari data keluhan pelanggan pada kualitas pelayanan di atas, terdapat beberapa masalah yang perlu segera diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat. Penyajian makanan yang terlalu lama, kesalahan dalam pesanan, sikap staf yang kurang ramah, makanan yang disajikan dalam kondisi tidak hangat, kebersihan meja yang kurang terjaga, serta ketidakterersediaan pelayan saat diperlukan, semuanya menunjukkan bahwa ada kekurangan dalam efisiensi operasional dan kualitas layanan yang disediakan..

Kualitas pelayanan yang baik menentukan kebahagiaan pelanggan, oleh karena itu para pelaku usaha saat ini sangat mengutamakan jaminan produk, terutama jika digunakan sebagai tolak ukur kompetitif. Ketika keinginan dan harapan konsumen terpenuhi oleh barang atau jasa yang diterimanya, maka mereka merasa puas. Hal ini dikenal sebagai kepuasan pelanggan

Peningkatan pembelian akan dihasilkan dari pelayanan yang memuaskan sehingga akan meningkatkan penjualan, ketika penawaran perusahaan selaras dengan apa yang diantisipasi konsumennya. Untuk meningkatkan bisnisnya, pihak Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat harus membangun kepercayaan. Karena dengan begitu, jasa pelayanan akan digunakan dalam waktu yang lama. Jika pelanggan sudah menunjukkan kepuasannya maka disitulah akan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, Oleh karena itu, penulis bersemangat untuk melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dengan tujuan “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Kren Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat”

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Firmansyah (2018:4) menyatakan bahwa “Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan terhadap sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.”

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016: 27) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai berikut: “*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value*”. Artinya “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan Pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai Pelanggan yang unggul”.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2015: 231) secara konseptual “Produk adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan Pelanggan, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan Pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Kinerja Karyawan

Menurut Kasmir (2016:236) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan atas penggunaan barang dan jasa kemudian dibandingkan sebelum penggunaannya. Menurut Tjiptono (2017:45), kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern.

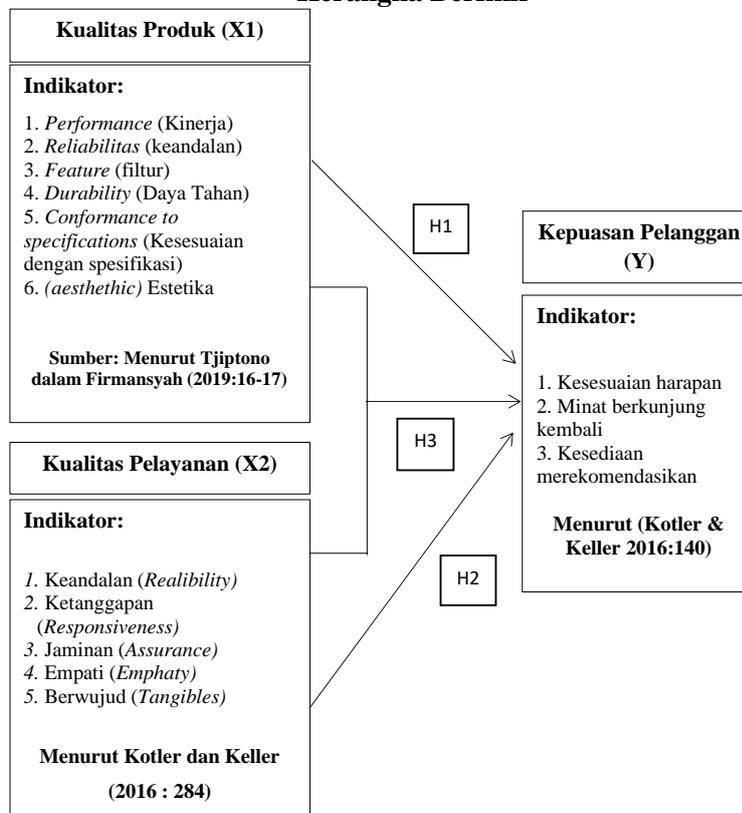
Hipotesis

Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Disini kesimpulan sementara adalah:

1. Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

- Ho1 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.
- Ha1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- Ho2 : Diduga tidak terdapat berpengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.
- Ha2 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.
3. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- Ho3 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.
- Ha3 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersama- sama terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Sumber: diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Penulis menggunakan metode penelitian yang di terapkan dengan instrument penelitian menggunakan kuisioner yang hasilnya berupa angka. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat dalam kurun waktu satu tahun pada tahun 2023 sebanyak 5.472 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, sehingga sampel minimal yang diambil adalah sejumlah 99 pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

Definisi Operasional

Tabel 4
Operasional Antar Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala	Kode	
Kualitas Produk (X₁) Sumber: Menurut Tjiptono dalam Firmansyah (2019:16-17)	<i>Performance</i> (Kinerja)	Produk kopi kren pos bloc rasanya enak	<i>Likert</i>	K1	
		Produk kopi kren pos bloc yang dinikmati sudah sesuai porsi		K2	
	<i>Reliabilitas</i> (Keandalan)	Produk kopi kren pos bloc selalu disajikan dengan kondisi yang hangat dan dingin		K3	
		Produk kopi kren pos bloc aman dikonsusumsi karena kualitas kopi yang baik		K4	
		Feature (Fitur)		Cemilan kopi pos bloc memiliki rasa yang nikmat	K5
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)		Aroma dan rasa pada kopi kren pos bloc sesuai dengan diharapkan pelanggan	K6
				Produk kopi kren pos bloc menyediakan kopi dengan tingkat kesegaran yang baik	K7
		Estetika (<i>aesthetic</i>)		Produk kopi kren pos bloc memiliki kualitas kopi yang berkualitas tinggi	K8
				Produk kopi kren pos bloc mempunyai rasa yang konsisten dari waktu ke waktu	K9
				Produk kopi kren pos bloc Memiliki kemasan yang menarik	K10
Kualitas Pelayanan (X₂) Sumber: Menurut Kotler dan Keller (2016 : 284)	<i>Keandalan</i> (<i>Reliability</i>)	Mampu menyajikan pelayanan dengan cepat	<i>Likert</i>	K11	
		Waktu pelayanan yang diberikan kopi kren pos bloc tepat waktu		K12	
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan selalu menyambut dan merekomendasikan menu favorit		K13	
		Karyawan sigap dalam menangani keluhan pelanggan		K14	
		Karyawan memberikan informasi yang akurat mengenai menu		K15	
	<i>Jaminan</i> (<i>Assurance</i>)	Empati (<i>Empathy</i>)		Karyawan memberikan produk sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan	K16
				Produk kopi kren pos bloc Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	K17
		Berwujud (<i>Tangibles</i>)		Karyawan selalu melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan	K18
				Kopi kren pos bloc memiliki ruangan yang nyaman dan bersih	K19
				Penampilan karyawan kopi kren pos bloc rapih	K20
Kepuasan Pelanggan (Y) Menurut	Kesesuaian harapan	Kualitas produk kopi kren pos bloc sesuai dengan harapan pelanggan yang datang	<i>Likert</i>	K21	

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala	Kode
(Kotler & Keller 2016:140)	Minat Berkunjung Kembali	Kopi kren pos bloc sangat mementingkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan		K22
		Produk yang ditawarkan menarik dan sesuai harapan pelanggan		K23
		Saya akan datang kembali untuk membeli produk kopi kren pos bloc		K24
		Saya menyukai produk kopi kren pos bloc yang nikmat dan ingin berkunjung kembali		K25
		Pelayanan kopi kren pos bloc membuat saya datang kembali		K26
		Saya akan senang hati memberikan informasi pada orang lain untuk membeli kopi kren pos bloc		K27
		Rasa yang enak membuat pelanggan kembali dan dapat merekomendasikan ke pelanggan lainnya		K28
		Pelayanan yang diberikan kopi kren pos bloc dapat membuat pelanggan merekomendasikan ke pelanggan lainnya		K29
		Saya akan menceritakan pengalaman saya kepada Teman dan saudara saat berkunjung ke kopi kren pos		K30

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5

Hasil Pengolahan Regresi Linier Berganda Variabel (X1) dan (X2) Terhadap (Y)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
(Constant)	3.361	1.925		1.746	.084	
1 Kualitas Produk		.103	.384	3.891	.000	
Kualitas Pelayanan	.535	.100	.527	5.331	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2024

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 3,361 + 0,402 X_1 + 0,535 X_2 + \alpha$$

Dari persamaan di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- 1) Nilai tetap sebesar 3,361 berarti bahwa jika variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Jika tidak, maka akan ada nilai Kepuasan pelanggan sebesar 3,361 satuan.
- 2) Nilai 0,402 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Produk maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan sebesar 0,402 satuan.
- 3) Nilai 0,535 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Produk maka setiap selisih 1 satuan pada 1 Kualitas Pelayanan akan menimbulkan penyesuaian Kepuasan Pelanggan sebesar 0,535 satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 6
Hasil Uji t Variabel (X1) Terhadap (Y)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
	B		Beta		
1 (Constant)	5.710	2.122		2.691	.008
Kualitas Produk	.883	.057	.845	15.570	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 6 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (15,570 > 1,985) hal ini diperkuat dengan nilai sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 7
Hasil Uji t Variabel (X2) Terhadap (Y)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
	B		Beta		
1 (Constant)	5.333	1.988		2.683	.009
Kualitas Pelayanan	.876	.052	.863	16.822	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 7 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau (16,822 > 1,985) hal ini diperkuat dengan nilai Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Uji F

Tabel 8
Hail Hipotensis (Uji F) Simultan

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4250.400	2	2125.200	169.687	.000 ^b
Residual	1202.327	96	12.524		
Total	5452.727	98			

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (169,687 > 3,090), hal ini juga diperkuat dengan Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model	Model Summary ^b		
	R	R Square	Adjusted R Square
1	.883 ^a	.779	.775

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2024

Tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,779, dengan demikian dapat dikatakan bahwa gabungan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai sumbangan pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 77,9%, dengan tambahan variabel atau aspek yang tidak diteliti mempengaruhi sisanya sebesar 100%-77,9% atau sebesar 22,1%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pelanggan Kopi Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat, dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($15,570 > 1985$) dan nilai sig ($0,000 < 0,05$).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($16,882 > 1,985$) dan nilai Sig. ($0,000 < 0,05$).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kren Pos Bloc Pasar Baru Sawah Besar di Jakarta Pusat, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji f $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($169,687 > 3,090$), dan nilai sig ($0,000 < 0,05$). Dengan persamaan regresi $Y = 3,361 + 0,402 X_1 + 0,535 X_2 + \alpha$ dan nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,779, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 77,9%, sedangkan sisanya 100%-77,9% adalah 22,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Alfabeta.
- Abubakar, Rusydi. (2017). Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA: Bandung.
- Anang Firmansyah, dan Budi W. 2018 Mahardika, Pengantar Manajemen, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Anang Firmansyah. (2018). Pengantar Manajemen. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Anoraga, Panji.(2016).Psikologi Kerja.Jakarta.PT Rineka Cipta.
- Aria, M., & Atik, I., L. (2018). Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali.
- Donni Priansa. (2017). Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4, ANDI, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish. George Terry. (2014). Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta. Bina Aksara
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Sarwono, Jonathan. (2014). Metode Riset Online: Teori, Praktik, dan Pembuatan Aplikasi. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2): 123-134.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 16(2).
- Asti, E Menurut Sugiyono, (2017:81)., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1- 14.
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6268-6276.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).
- Pandesia, A. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Pandesia, A. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 130-142.