

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi Tepi Sungai di Depok

Badrus Sholeh^{1*}, Ahmad Maulana Irfanudin²

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,

* Corresponding author: e-mail: bsholeh135@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 20 Januari 2024 Disetujui 20 Februari 2024 Diterbitkan 01 Maret 2024	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada warung kopi tepi sungai di Depok. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan kuesioner, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen warung kopi tepi sungai di Depok sebanyak 15.245 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan rumus slovin, dari hasil perhitungan diperoleh 99 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji t dan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada warung kopi tepi sungai di Depok.
DOI: 10.32493/jism.v4i1	ABSTRACT
Keywords: Service Quality; Product Quality; Customer Satisfaction	<i>The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at riverside coffee shops in Depok. This type of research is quantitative research using associative methods, data collection techniques using observation methods and questionnaires, The population in this study is all consumers of riverside coffee shops in Depok as many as 15,245 people, sampling techniques using random sampling with the slovin formula, from the calculation results obtained 99 respondents. Data analysis techniques in this study are descriptive analysis, research instrument test, classical assumption test, simple linear regression test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test, as well as t test and F test using SPSS version 25 tools. The results of this study show that Service quality (X1) and product quality (X2) affect consumer satisfaction (Y) at riverside coffee shops in Depok.</i>
How to cite: Sholeh, B., & Irfanudin, A.M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok. <i>Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)</i> . 4(1). 199-209	
 This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2023 by author.	

PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman yang banyak dipengaruhi oleh globalisasi dan modernisasi. Pengaruh globalisasi dan modernisasi telah menyentuh hampir semua aspek kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan gaya hidup di zaman modern adalah masyarakat senang untuk rekreasi. Diantaranya mengunjungi tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga, mengerjakan tugas, bertemu klien atau sekedar bersantai. Kafe menjadi salah satu pilihan tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman, bertemu klien, menyelesaikan tugas dan pekerjaan, atau sekedar bersantai. Namun berkembangnya zaman kafe tidak hanya menjual kopi saja namun juga menjual beragam makanan dan minuman. Kafe dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, namun juga menawarkan fasilitas seperti internet dan tempat yang nyaman sehingga tidak heran bila pengunjung kafe bisa menghabiskan waktu yang lama di sana.

Meningkatnya minat masyarakat pada kafe inilah yang membuat bisnis kafe juga semakin banyak di berbagai kota, baik kota besar maupun kota kecil. Dari yang ukuran kecil sampai yang besar, dari menu yang biasa sampai yang tidak biasa, dari tempat yang unik sampai yang aneh, kini mulai ditawarkan oleh para pelaku bisnis untuk mendapatkan pasar. Tentu saja hal ini juga berdampak terhadap persaingan bisnis kafe atau *coffee shop* semakin ketat sehingga memerlukan strategi marketing terbaik. Bisnis kafe yang dulunya menjual rasa makanan kini tidak lagi demikian. Bisnis kafe juga harus menarik perhatian konsumen dengan keunikannya.

Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok adalah sebuah kafe yang bergaya *rustic japanese* sebagai gaya dekorasi yang tua dan berkarat. Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok menawarkan suasana ngopi yang jauh dari kebisingan kota dan juga lebih dekat dengan alam. Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok yang berada di jl. Swadaya 1, Sawangan, Depok ini memiliki berbagai macam menu makanan dan minuman yang mempunyai khas tersendiri. Dan langkah awal Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok dalam menarik konsumen adalah “seduhan merayakan persaudaraan dan keceriaan”. Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok ini terletak di daerah yang cukup banyak peminat suasana yang menyatu dengan alam dan mudah di kenali oleh konsumen. Disitulah Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok mempunyai cara untuk menghadapi masalah-masalah yang akan muncul.

Pelayanan yang ada di Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok adalah suatu yang sangat penting dalam bidang kafe karena didalamnya pelayanan adalah aspek penting terhadap kepuasan konsumen, ketika konsumen merasa puas dengan menu yang sudah dirasakan yang tersedia di Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok karena rasanya yang sudah memenuhi keinginan konsumen. Apalagi jika dibarengi dengan kualitas pelayanan yang begitu ramah, murah senyum, sopan dan santun maka akan jadi nilai tambah bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Ibrahim dan Thawil (2019:61) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk upaya agar memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaianya dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan. Kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan pada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Terdapat Pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

dimana menurut penelitian Rosa Lesmana Dan Ratnasari (2019) mengemukakan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Radekatama Piranti Nusa. Terdapat Pengaruh antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Menurut Risatul Umami Dan As'at Rizal (2019) mengemukakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Warsu Coffe Cafe.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Ibrahim dan Thawil (2019:61) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk upaya agar memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Sejati (2016:3), bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsi seperti kehandalan, daya tahan, ketelitian, yang dihasilkan oleh suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2016:119) terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya.
2. Keandalan (*Reliability*) Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Kesanggupan untuk membantu menyediakan secara cepat dan tepat serta tanggap keinginan konsumen.
4. Jaminan (*Assurance*) Kemampuan dan memberikan rasa aman, serta keramahan dan sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
5. Empati (*Empathy*) Untuk mengukur kemampuan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan karyawan.

Kualitas Produk

Kotler & Amstrong dalam Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019:176) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Kotler dalam Iful Anwar & Bhudi Satrio (2015) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginannya atau kebutuhannya.

Menurut Tjiptono (2016:76) menjelaskan bahwa didalam memuaskan Konsumen, ada beberapa indikator kualitas produk yaitu

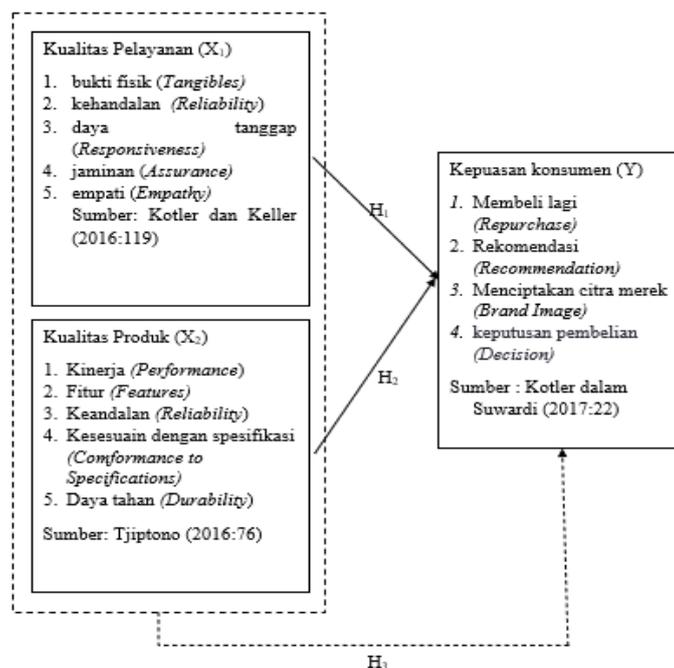
1. Kinerja (*Performance*) Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core Product*) yang dibeli.
2. Fitur (*Features*) Karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior atau eksterior
3. Keandalan (*Reliability*) Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance to spesification*) Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*Durability*) Berkaitan dengan beberapa lama produk dapat terus digunakan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Bailia, Soegoto & Loindong, (2014). Mengemukakan Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan.

Menurut Kotler (2017:22), menyatakan kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

1. Membeli lagi (*Repurchase*) yaitu dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa
2. Rekomendasi (*Recommendation*) yaitu konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain kerabat dekat.
3. Menciptakan citra merek (*Brand Image*) yaitu konsumen akan kurang tertarik pada produk pesaing
4. Keputusan pembelian (*decision*) yaitu membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Pengembangan Hipotesis

1. $H_{01} \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok
 $H_{a1} \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok
2. $H_{02} \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok
 $H_{a2} \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok
3. $H_{03} \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok

$H_3 \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif dengan tujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian dilakukan atas permasalahan yang dihadapi oleh Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok dalam judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka dan kata-kata yang tersusun dalam kuesioner antara peneliti dengan informan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen warung kopi tepi sungai di Depok sebanyak 15.245 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan rumus slovin, dari hasil perhitungan diperoleh 99 responden. Teknik pengumpulan menggunakan kuesioner data Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji t dan uji F dengan m alat bantu SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X₁)			
P1	0,715	0,197	Valid
P2	0,679	0,197	Valid
P3	0,447	0,197	Valid
P4	0,541	0,197	Valid
P5	0,723	0,197	Valid
P6	0,633	0,197	Valid
P7	0,501	0,197	Valid
P8	0,617	0,197	Valid
P9	0,648	0,197	Valid
P10	0,498	0,197	Valid
Kualitas Produk (X₂)			
P1	0,754	0,197	Valid
P2	0,865	0,197	Valid
P3	0,866	0,197	Valid
P4	0,770	0,197	Valid
P5	0,750	0,197	Valid
P6	0,773	0,197	Valid
P7	0,787	0,197	Valid
P8	0,770	0,197	Valid
P9	0,815	0,197	Valid
P10	0,781	0,197	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
P1	0,760	0,197	Valid
P2	0,802	0,197	Valid
P3	0,800	0,197	Valid
P4	0,770	0,197	Valid
P5	0,767	0,197	Valid
P6	0,780	0,197	Valid
P7	0,627	0,197	Valid
P8	0,753	0,197	Valid

Sumber: Data penelitian yang diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan	,803	,600	Reliabel
Kualitas Produk	,935	,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen	,893	,600	Reliabel

Sumber: Data penelitian yang diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan Uji Reliabilitas tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Pada variabel (X_1) Kualitas Pelayanan 0,803, Kualitas Produk (X_2) 0,935, dan Kepuasan Konsumen (Y) 0,893. Ini menunjukkan bahwa hasil dari uji reabilitas bahwa semua variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40683972
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.066
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (sig) pada uji Kolomogorov smirnov didapatkan nilai hitung sebesar 0,113 > 0.05. Maka dari itu dapat di katakan bahwa data telah terdistribusi dengan normal dan dapat dikatakan responden telah mengisi kusioner secara normal dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.071	2.281		-.031	.975		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.237	.071	.201	3.365	.001	.833	1.200
	Kualitas Produk (X2)	.564	.045	.743	12.419	.000	.833	1.200

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebesar 0,833 > 0,10 dan nilai VIF variabel Kualitas Pelayanan

dan Kualitas Produk sebesar $1,200 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.845 ^a	.714	.708	2.43178	2.330

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, pengujian autokorelasi dengan menggunakan Uji durbin watson dapat dilihat bahwa nilai durbin watson sebesar 2,330 masuk dalam interval 1,550 – 2,460 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.502	1.395		1.077	.284
	Kualitas Pelayanan (X1)	.040	.043	.102	.916	.362
	Kualitas Produk (X2)	-.030	.028	-.120	-1.079	.283

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel bebas menunjukkan hasil yang tidak signifikan, karena nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk lebih dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas dalam varian kesalahan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.071	2.281		-.031	.975
	Kualitas Pelayanan (X1)	.237	.071	.201	3.365	.001
	Kualitas Produk (X2)	.564	.045	.743	12.419	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 26 diperoleh hasil sebagai berikut : $Y = -0,071 + 0,237X1 + 0,564X2$.

1. Nilai konstanta sebesar -0,071 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar -0,071 point.
2. Nilai Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,237 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,237 point.
3. Nilai Kualitas Produk (X2) sebesar 0,564 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,564 point

Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 8. Uji t Parsial (X₁) Terhadap (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.990	3.579		1.673	.097
	Kualitas Pelayanan (X1)	.595	.103	.504	5.752	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (5,752 > 1,664), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 9. Uji t Parsial (X₂) Terhadap (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.063	1.443		4.202	.000
	Kualitas Produk (X2)	.627	.044	.825	14.364	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (14,364 > 1,664). hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1416.843	2	708.422	119.796	.000 ^b
	Residual	567.702	96	5.914		
	Total	1984.545	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Hasil output SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(119,796 > 3,09)$ hal ini juga diperkuat dengan ρ value $< Sig.$ 0,05 atau $(0,000 < 0,05)$ Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diperoleh hasil nilai persamaan regresi $Y = 5,990 + 0,595X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,504 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400-0,599 artinya, kedua variabel mempunyai tingkat hubungan cukup kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,254 atau sebesar 25,4% sedangkan sisanya sebesar 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,752 > 1,664)$. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Dimas Dwi Kurniawan dan Euis Soliha YUME : Journal of Management Volume 5 Issue 1 tahun 2022 Pages 348 – 358 E-ISSN : 2614-851X. Dengan hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diperoleh hasil nilai persamaan regresi $Y = 6,063 + 0,627X_2$, koefisien korelasi sebesar 0,825 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 artinya, kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,680 atau sebesar 68% sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(14,364 > 1,664)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Mada Faisal Akbar, Arif Hidayat dan Devi Fitria Wilandari Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 3, No. 1, Oktober tahun 2020 ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN : 2622-9935. Dengan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = -,071 + 0,237X_1 + 0,564X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,845 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 artinya, seluruh variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,714 atau 71,4% sedangkan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(119,796 > 3,09)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Hermanto dan Nora Pitri Nainggolan, Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Vol. 11 No. 01, Juni tahun 2020 Hal : 46-57 ISSN : 2087-0434 e-ISSN 2599-0810. yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan adanya Kualitas Pelayanan serta Kualitas Produk dari Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok maka kepuasan konsumen akan sangat baik.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = -,071 + 0,237X_1 + 0,564X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,845 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 artinya, seluruh variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,714 atau 71,4% sedangkan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(119,796 > 3,09)$. Dengan demikian H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan pada Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka saran yang ingin penulis sampaikan yaitu sebagai berikut: Dari hasil pengolahan variabel X_1 (Kualitas pelayanan) yang didapat, hasil terendah dari para responden yang menjawab kurang setuju terdapat pada indikator empati atau nomor 10 yakni pernyataan “kemudahan berkomunikasi dengan konsumen” dengan rata-rata 3,28. Maka perusahaan harus lebih memperhatikan lagi cara berkomunikasi dengan konsumen agar meyakinkan konsumen tentang empati yang baik sehingga membuat konsumen menjadi puas. Pada indikator variabel X_2 (Kualitas produk) yang didapat, hasil terendah dari para responden yang menjawab kurang setuju terdapat pada indikator keandalan atau nomor 6 yakni pernyataan “Produk yang tersedia di Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok dapat diandalkan kualitasnya” dengan nilai rata-rata 3,20. Maka sarannya perusahaan harus meningkatkan keandalan produk agar mencapai kepuasan konsumen. Pada indikator variabel Y (Kepuasan konsumen) yang didapat, hasil terendah dari para responden yang menjawab kurang setuju terdapat pada indikator rekomendasi atau nomor 4 (Saya akan menceritakan pengalaman positif kepada teman, kerabat dan keluarga saya mengenai Warung Kopi Tepi Sungai Di Depok) dengan rata-rata 3,25. Maka sarannya perusahaan harus lebih meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen merekomendasikan ke orang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bailia, Jefry F.T., Agus Supandi Soegoto, & Sjendry S.R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol.2 No.3 September 2014. Diakses tanggal 6 April 2016.. Hal.1768-1780.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- 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.
- Kotler dan Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, (2017). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Marketing an Introduction Pretice Hall twelfth edition, England: Pearson Education, Inc.*
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Suwardi 2017. Menuju Kepuasan Konsumen Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. II. No. 1. Semarang: Politeknik Negeri Semarang
- Tjiptono (2016), pemasaran jasa-prinsip, penerapan dan penelitian. Yogyakarta: Andy *offset*
- Tjiptono, Fandy. (2016) Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan penelitian Yogyakarta: Andy *offset*.