



Prosiding Seminar Nasional Manajemen
Vol 3 (2) 2024: 1855-1861

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang)

Syanindira Alifah Azmi¹, Wiki Ayu Lidianingsih²,
Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang^{1,2}
alifahazmisyandira@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024	Melihat perkembangan kopi yang sangat pesat di Indonesia menimbulkan banyak produsen kopi berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Kopi Tuku merupakan Brand Kopi yang berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh Andanu Prasetyo, Kopi Tuku merupakan merk terkenal dengan reputasi baik, memberikan produk berkualitas pada konsumen. Objek dalam penelitian ini adalah Kopi Tuku. Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke kopi tuku. Sampel yang digunakan terdiri dari 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pamulang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Pamulang. Fokus masalah dalam penelitian ini terkait kendala kepuasan pelanggan baik dari segi kemasan, pelayanan, rasa, maupun tempat. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan berupa data primer dari kuesioner, serta data sekunder berupa dokumen, jurnal dan sebagainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
	<i>ABSTRACT</i>
Keywords: Marketing Strategy, Sales, Segmenting, Targeting	<i>Seeing the very rapid development of coffee in Indonesia, many coffee producers are competing to improve the quality of their products with the aim of attracting consumer interest. Kopi Tuku is a coffee brand that was established in 2015 and was founded by Andanu Prasetyo. Kopi Tuku is a well-known brand with a good reputation, providing quality products to consumers. The object of this research is Tuku Coffee. The purpose of this research is to determine the effect of product quality on customer satisfaction. The population of this research is customers who visit Tuku Coffee. The sample used consisted of 100 respondents who were Pamulang University students. Data was collected by distributing questionnaires to Pamulang University students. The focus of the problem in this research is related to customer satisfaction constraints both in terms of packaging, service, taste and location. This type of research uses quantitative methods. The data sources used are primary data from questionnaires, as well as secondary data in the form of documents, journals and so on. The research results show that product quality has a significant effect on customer satisfaction.</i>

PENDAHULUAN

Mengonsumsi kopi sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia di semua kalangan salah satunya pada pelajar seperti mahasiswa yang menjadi peminat kopi terbanyak. Oleh karena itu konsumen terbanyak pada Coffee Shop adalah para pelajar atau mahasiswa sekedar berbincang-bincang santai atau mengerjakan tugas mereka sambil menikmati kopi. Kopi sendiri mengandung kafein yang dapat memberikan efek yang besar bagi tubuh agar tetap terjaga sehingga banyak dimanfaatkan sebagai minuman penyegar

Industri kopi yang sangat berkembang pesat dengan munculnya berbagai macam tempat Coffee Shop yang menyediakan berbagai macam rasa dari olahan kopi. Khususnya negara Indonesia memiliki kualitas kopi yang sangat baik dan berada peringkat ke lima penghasil kopi terbesar di dunia yang di ekspor ke luar negeri. Hal ini dapat di buktikan bahwa Indonesia memiliki kekayaan alam yang berlimpah. Berbagai macam jenis-jenis kopi dapat ditemukan di berbagai daerah Indonesia (Nopisari et al., 2021)

Perkembangan yang sangat pesat tersebut tentunya menimbulkan banyak pengaruh bagi para produsen kopi banyak nya pesaing dalam hal kualitas produk yang saling berlomba-lomba dalam meningkatkan penjualan dibidang tersebut dan berfokus pada kualitas produknya (Fauzi et al. 2022). Setiap konsumen memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda-beda, yang nampak pada respon mereka terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen ada yang menyukai produk tertentu, sementara yang lain tidak menyukai. Hal ini karena setiap orang memiliki alasan yang berbeda sebagai dasar pertimbangan konsumen, seperti pertimbangan kualitas produk dan harga (Rachmawati et al., 2020)

Kualitas Produk peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Kualitas produk menentukan seberapa baik produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sementara harga mempengaruhi persepsi nilai relatif dari produk tersebut konsumen cenderung mencari produk dengan harga yang sesuai dengan nilai yang mereka rasakan. Kombinasi yang baik antara kualitas produk yang memuaskan dan harga yang wajar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Sebagai brand kopi yang populer di Indonesia, Kopi Tuku beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif. Persaingan dalam industri kopi meliputi pesaing lokal dan internasional, termasuk brand kopi lainnya. Tantangan utama bagi Kopi Tuku adalah untuk mempertahankan pangsa pasar mereka dengan membedakan diri mereka dalam hal kualitas produk, pengalaman pelanggan, inovasi, dan pemasaran yang efektif

Kopi Tuku merupakan Coffee Shop yang berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh Andanu Prasetyo. Salah satu tempat kopi yang pernah di kunjungi oleh Presiden Indonesia Bapak Joko Widodo bersama keluarganya Beliau memedan menu favorit Tuku yaitu Kopi Susu Tetangga dengan pencampuran kopi, susu, crimer, dan gula aren di campur menjadi satu sehingga memiliki rasa yang otentik. Kopi tuku memiliki outlet yang minimalis yang hanya menyediakan take away dan hanya menyediakan beberapa bangku saja. Dengan konsep seperti itu kopi tuku tetap banyak minat belinya. Kopi tuku berbeda dari brand kopi lainnya karena beberapa alasan. Salah satunya adalah terhadap biji kopi yang mereka gunakan kopi tuku menggunakan biji kopi yang berkualitas tinggi yang dari petani langsung. Kopi tuku dikenal karena roasting dan brewingnya yang cermat, sehingga menghasilkan kopi dengan rasa yang unik dan konsisten sehingga para memikat bagi para pecinta kopi.

Kepuasan pelanggan adalah bagian utama dan akan menjadi salah satu tujuan paling kritis setiap perusahaan untuk membentuk hubungan jangka panjang dengan konsumen yang berfokus sebagai prioritas utama (Deni Setiawan et al. 2023). Jika pelanggan merasa puas dengan produk, mereka cenderung akan kembali membeli dan merekomendasikanya kepada orang

Menurut peneliti, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan kualitas produk sesuai dengan harapan mereka (veronica et al. 2023). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menyelidiki apakah terdapat hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Menurut Djoko Hananto (2021) Kualitas dari produk merupakan salah satu nilai utama yang diharapkan konsumen dari pihak produsen. Di kualitas produk merupakan bagaimana gambaran produk dapat memuaskan konsumen.

Menurut Wanda & Nur (2022) Kualitas produk merupakan suatu keinginan calon pembeli dalam memutuskan untuk membeli barang serta jasa yang mempunyai nilai unggul serta layak untuk diperjual belikan sesuai apa yang di harapkan oleh calon pembeli.

Menurut Herlambang & komara (2021) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya setiap perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri Dimana kualitas produk yang positif baik akan memicu terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Aditya et al. (2024) indikator yang terkait dalam kualitas produk adalah :

1. Karakteristik Fisik, termasuk estetika, kekuatan, dan daya tahan fisik produk.
2. Kinerja produk, sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan pelanggan dalam hal fungsi kinerja.
3. Keandalan Produk, konsistensi produk dalam memberikan hasil yang di harapkan. Seperti, inovasi, unik, atau tambahan fitur yang membedakannya dengan produk lain.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa baik harapan atau kebutuhan pelanggan terpenuhi oleh produk atau layanan mereka terima dari suatu perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka beli, mereka akan cenderung akan kembali membeli produk tersebut, merekomendasikannya kepada orang lain.

Menurut Hendy et al. (2022) kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi Perusahaan, karena dari kepuasan pelanggan tersebut berarti perusahaan telah berhasil dalam menjual produk dan jasanya kepada pelanggan sehingga akan meningkatkan pada sumber pendapatan masa depan. Kepuasan pelanggan juga menjadi strategi pertahanan yang paling baik bagi perusahaan untuk melawan persaingan bisnis.

Menurut Moh. Akhsanus (2021) adanya sikap positif terhadap produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan begitu sebaliknya jika sikap pelanggan kurang baik terhadap produk maka tidak akan mencapai tingkat maksimal dalam kepuasan pelanggan.

Ada beberapa indikator dari kepuasan pelanggan menurut Irawan (2014) dalam Nada Dwi et al. (2021) yaitu :

1. *Price* (Harga)
Harga yang murah menjadi penting untuk pelanggan dalam kepuasan pembelian karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
2. *Service Quality* (Kualitas Layanan)
Meningkatkan kepuasan pelanggan, penting untuk memantau dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan serta menanggapi umpan balik pelanggan. Sehingga dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.
3. *Product Quality* (Kualitas Produk)
Pelanggan merasa puas jika produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik.
4. *Emosional Factor* (Faktor Emosi)
Membangun hubungan emosional yang positif dengan pelanggan dapat membantu meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk.
5. *Efficiency* (Kemudahan)
Dengan memastikan pelanggan dalam menemukan produk yang mereka inginkan dan melakukan pembelian tanpa hambatan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan,

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian James et al. (2021) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café 3.am Koffie Spot, Manado. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan May Siska et al. (2022) yang menyatakan bahwa hipotesis bisa diterima karena variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan bisa dibuat kesimpulan bahwa semakin baik kualitas suatu produk maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan produk yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan

mereka dalam hal kualitas, produk yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek. Oleh karena itu, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang perusahaan harus berkomitmen untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang tinggi serta terus melakukan inovasi untuk memperbaiki dan memperbarui produk mereka sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Demikian dapat di Tarik hipotesis sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh signifikan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

KERANGKA BERPIKIR

Kualitas produk

Eksplorasi mengenai fisik, fungsional, dan estetika pada produk Kopi Tuku melalui pandangan pelanggan. Peran kualitas produk dalam menciptakan pengalaman positif.

Kepuasan pelanggan

Penelusuran terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pemahaman konteks yang spesifik yang menciptakan kepuasan pelanggan Kopi Tuku.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan ini menggunakan Metode Kuantitatif dimana penelitian Kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika dengan menggunakan software SPSS versi 23.0. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kopi Tuku pada Mahasiswa Universitas Pamulang, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan dari pelanggan Kopi Tuku secara kuesioner yang disebarkan kepada sampel yang ditentukan. Metode yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dilengkapi pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t, dan secara simultan dengan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan software SPSS versi 23.0 :

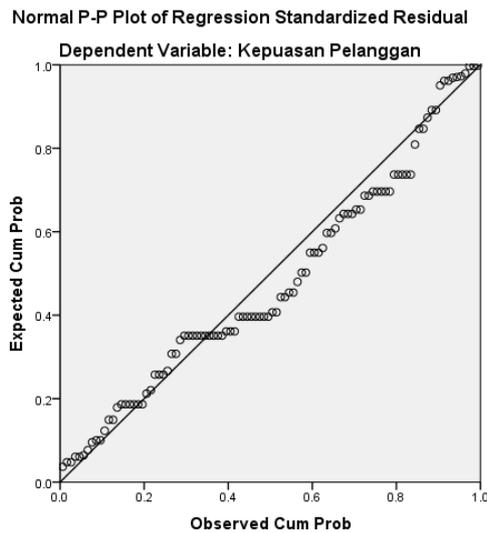
Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Sig	Status	Cronbach Alpha	Syarat	Status
Kualitas Produk (X)	P1	0,653	0,195	0,000	Valid	0,583	0,6	Reliabel
	P2	0,543		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P3	0,579		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P4	0,620		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P5	0,665		0,000	Valid		0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	P6	0,659	0,195	0,000	Valid	0,653	0,6	Reliabel
	P7	0,603		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P8	0,631		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P9	0,664		0,000	Valid		0,6	Reliabel
	P10	0,696		0,000	Valid		0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bagaimana semua variabel pada Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang di peroleh hasil semua item instrumen adalah Valid karena memiliki nilai probabilitas (sig) kurang dari 0,05 dengan nilai r-Hitung lebih besar dari nilai r-Tabel. Sedangkan semua item instrumen memiliki nilai Alpha Cronbach di atas 0,6 ini berarti semua item adalah Reliabel. Dengan demikian keseluruhan dari kuesioner yang digunakan penelitian.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 23.0, 2024

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa terlihat bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memiliki data terdistribusi normal.

Uji Korelasi

Correlations			
		Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.679**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Gambar 3. Uji Korelasi
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan table diatas nilai koefisien korelasi kualitas produk sebesar 0,679. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada kuat “ 0,60-0,799” yang berarti tingkat hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Melalui hasil uji t pada table berikut dapat dilihat Kualitas Produk memiliki tingkat signifikan $p\text{-value} = 0,26 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3. Uji t

Model	Uji t	
	T	Sig.
1 (Constant)	2.262	.026
Kualitas Produk	9.168	.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 23.0, 2024

Uji F (Simultan)

Uji F	
F	Sig.
84.064	.000 ^b

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 23.0, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai F sebesar 84.064 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($84.064 > 3,00$) Maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t untuk variable Kualitas Produk, ditemukan bahwa nilai signifikansi adalah 0,000. Sedangkan batas signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Oleh karena itu signifikansi (0,000) lebih kecil dari batas signifikansi (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H1) diterima (H0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan Kualitas Produk yang sesuai dengan harapan mereka. Penelitian terdahulu oleh (veronica et al. 2023) menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan kualitas produk sesuai dengan harapan mereka. Hal ini Kualitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan dalam memenuhi, menepati sejumlah kriteria yang diinginkan pelanggan untuk memuaskan harapan pelanggan terhadap produk tersebut, termasuk klaim mengenai kualitas produk

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang)”, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan yang nyata terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Sedikit saran terhadap Kopi Tuku diharapkan lebih meningkatkan kualitas produk dengan memperhatikan bahan atau biji kopi berkualitas serta tetap menjaga kualitas rasa yang khas dan tampilan kemasan yang menarik agar menarik minat konsumen sehingga akan terjadinya kepuasan pelanggan. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penelitian ini.

Kepuasan pelanggan adalah hal utama yang menjadi tujuan paling utama untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen, pelanggan akan merasa puas dan mendapatkan kualitas produk sesuai dengan yang mereka harapkan dan akan merekomendasikan kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Maulana Ahmad Aditya, Hadita. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. *Journal Of Management and Creative Business*. Hal 108-118.
- Putri Dwi Nada, Novitasari Dewiana, Yuwono Teguh, Asbari Masduki. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JOCE IP Vol. 15 No. 1*. Hal 30-47.
- Sari Puspita May Siska, Paludi Salman. (2022). Pengaruh Peranan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Kopi Kenangan Plaza Kalibata. *Panorama Nusantara Volume 17 issue 1*. Hal 1-14.
- Rachmawati Anita, Kana Agus Any, Anggarani Yunita. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *CAKRAWANGSA BISNIS Vol. 1, No. 2*. Hal 187-200.
- Aghitsi Intan Wanda, Busyra Nur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol. 6, No.3. Hal 38-51.
- Tannady Hendy, Suyoto Totok Yohanes, Purwanto Edi, Anugrah Ibnu Adhika. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurna Kewarganegaraan (SINTA)*. Vol. 6, No. 2. Hal 3910-3921.
- Sembara James, Tawas Novi Hendra, Samadi Lily Reitty. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café 3.AM Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA Vol 9, No 4*. Hal 126-135
- Hananto Djoko. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*.
- CynthiaVeronica, Arifiansyah Rully. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galxy Bekasi. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu Volume2, No. 3*. Hal 712-721.
- Nopisari, Musnaini, Ryana Devi Grafita Wiara Sanchia. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *Ekonomam : Jurnal Ekonomi*. Vol. 03, No. 1. Hal 1-11