



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 2250-2259

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kebun Latte Ciater Tangerang Selatan

Delaura Novatama¹, Ir. Nofiar, M.M.²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: novatamadelaura@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Agustus 2024) Disetujui (Agustus 2024) Diterbitkan (Agustus 2024)</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Kebun Latte Ciater Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 56.369 dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis regresi sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2,438 + 0,938X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,830 artinya kualitas produk mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi 0,689 menunjukkan kontribusi Kualitas Produk 68,9%, sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,420 > 1,984)$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 5,921 + 0,851X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,869 artinya kualitas pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi 0,756 menunjukkan kontribusi Kualitas Pelayanan 75,6%, sedangkan sisanya 24,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(6,422 > 1,984)$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2,256 + 0,359X_1 + 0,584X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,884 artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi sebesar 0,782 menunjukkan kontribusi kualitas produk dan</p>

kualitas pelayanan 78,2% sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (173,794 > 3,09).

ABSTRACT

Keywords:

Product quality, Service quality, Consumer Satisfaction.

This reseach purposed to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the Kebun Latte Ciater Café, South Tangerang. The method used is quantitative. The population in this study was 56,369 with sample determination using the Slovin formula, so that a sample of 100 respondents was obtained. Data analysis uses validity, reliability, classical assumption tests, descriptive analysis, simple regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results of this research show that product quality has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 2.438 + 0.938X_1$, a correlation coefficient of 0.830, meaning product quality has a very strong level of correlation. The coefficient of determination of 0.689 shows a contribution of Product Quality of 68.9%, while the remaining 31.1% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained t value > t table or (3.420 > 1.984) thus H_0 is rejected and H_a is accepted. Service quality has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 5.921 + 0.851X_2$. The correlation coefficient is 0.869, meaning that service quality has a very strong correlation. The coefficient of determination of 0.756 shows a service quality contribution of 75.6%, while the remaining 24.4% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a calculated t value > t table or (6.422 > 1.984), thus H_0 was rejected and H_a was accepted. Product quality and service quality simultaneously have a positive effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 2.256 + 0.359X_1 + 0.584X_2$. The correlation coefficient is 0.884, meaning that product quality and service quality have a very strong level of correlation. The coefficient of determination of 0.782 shows that the contribution of product quality and service quality is 78.2%, while the remaining 21.8% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a calculated F value > F table or (173.794 > 3.09).

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini kuliner tidak hanya menjadi produk konsumsi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan biologis manusia, tetapi juga telah menjadi tren gaya hidup baru di berbagai lapisan masyarakat. Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman tetap menjadi kontributor terbesar di sektor manufaktur dengan kontribusi 6,59%. Pada Kuartal III-2023, subsektor ini tumbuh positif sebesar 3,28%.

Munculnya bisnis yang sejenis menyebabkan persaingan menjadi sangat kuat sehingga para pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan inovatif, serta mampu merancang strategi untuk menarik konsumen agar memilih produk atau layanan kita dan mengalahkan pesaing.

Pengusaha di industri kuliner harus mampu terus menerus menawarkan produk-produk berkualitas tinggi secara konsisten. Jika produk ini seimbang dan berkualitas tinggi, maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Menurut Utami dan Saputra (2017:47) kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli dan dikonsumsi

Selain itu dalam persaingan yang sangat kuat, pelaku bisnis juga harus mampu menjaga persepsi positif konsumennya. Standar kualitas layanan yang tinggi biasanya menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Menurut Proxis dalam (Lionarto et al., 2022:532) “Setiap bisnis bertujuan menciptakan produk berkualitas untuk memenuhi harapan konsumen, dengan karakteristik seperti daya tahan, estetika, kesempurnaan, dan kemudahan penggunaan”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Café Kebun Latte Ciater Tangerang Selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Kebun Latte Ciater Tangerang Selatan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Kebun Latte Ciater

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:236) Kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat *positioning* utama seorang pemasar. Menurut Alma (2016:135), kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2017:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2016:138) kualitas pelayanan adalah bentuk kinerja dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau bahkan melampaui apa yang menjadi harapan konsumen, bukan satu kali tetapi secara berulang kali sehingga dapat memberikan kepuasan, maka konsumen tersebut memberi persepsi bahwa produk atau jasa yang digunakan memiliki kualitas.

Kepuasan Konsumen

Menurut Supranto dalam (Lionarto et al., 2022:534) “Kepuasan konsumen dapat dilihat, didapatkan, dan dinilai oleh seorang konsumen melalui suatu layanan produk yaitu kualitas dan mutu dari produk. Seorang konsumen akan merasa puas jika harga dan kualitas yang dikeluarkan dengan harga yang bersahabat dan mudah untuk didapatkan”. Sedangkan menurut Sopiah dan Sangadji (2016:181), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017:18) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Café Kebun Latte yang beralamat di Jalan H. Jamat No. 12LA, Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Penelitian ini berjalan selama 6 (enam) bulan yang dimulai dari bulan November 2023 s/d Juni 2024.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:148) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pengunjung Café Kebun Latte Ciater pada tahun 2023 yaitu sebanyak 56.369.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin, maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebesar 100 responden.

Teknik Analisis Data

Berikut berapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam (Mentang et al, 2021:683) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antar masing-masing skor indicator dengan total skor konstruk. Ketentuan penelitian uji validitas sebagai berikut: Jika r hitung $<$ r tabel, maka dikatakan instrument tidak valid. Jika r hitung $>$ r tabel, maka dikatakan instrument valid.

Uji Reliabilitas Menurut Ghozali (2021:61) adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Jadi reliabilitas diartikan sebagai karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Dengan ketentuan penelitian uji reliabilitas sebagai berikut: Apabila $rca > 0,6$ maka dapat dikatakan reliabel. Apabila $rca < 0,6$ maka dapat dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam (Mentang et al., 2021:684) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variable dependen dan variable independent mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Mentang et al., 2021:684) mengemukakan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variable bebas (independent). Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:83) “tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya”.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2021:162) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu

pada periode t-1. Maka dapat dikatakan uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel.

Uji Hipotesis
Uji t (Parsial)

Ghozali (2018:71) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variable independent terhadap variable dependen. Jika t hitung > t tabel atau nilai signifikansi uji t < 0,05 maka disimpulkan bahwa secara individual variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Uji F (Simultan)

Ghozali dalam (Mentang et al., 2021:684), mengemukakan uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independent atau variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau variable terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Cafe Kebun Latte

Café Kebun Latte Ciater, Tangerang Selatan merupakan sebuah usaha dibidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2019. Café ini mengusung konsep yang cukup unik dan menarik, yakni berkonsep outdoor dengan memanfaatkan perpohonan jati yang rindang dan sejuk seluas 750 meter persegi. Konsep inilah yang membuat Café Kebun Latte berbeda dari café-café lain sekaligus menjadi daya magnet tersendiri bagi para penikmat kopi dan nongkrong.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	76	76.0	76.0	76.0
	Laki-laki	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Dari tabel diatas, dapat diketahui mayoritas konsumen cafe kebun latte adalah perempuan (76 orang atau 76%), sedangkan laki-laki (24 orang atau 24%). Kesimpulannya, jumlah responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 Tahun	8	8.0	8.0	8.0
	21 - 30 Tahun	81	81.0	81.0	89.0
	31 - 40 Tahun	8	8.0	8.0	97.0
	> 40 Tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden Café Kebun Latte Ciater berusia 21-30 tahun (81%), diikuti oleh responden usia 31-40 tahun (8%), usia 17-20 tahun (8%), dan usia di atas 40 tahun (3%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Café Kebun Latte Ciater berasal dari berbagai kelompok usia, termasuk usia muda dan dewasa.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	86	86.0	86.0	86.0
	Menikah	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden didominasi oleh responden yang berstatus belum menikah yakni sebanyak 86 orang atau 86%. Selanjutnya yang berstatus menikah sebanyak 14 orang atau 14%.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/MA/SMK (Sederajat)	56	56.0	56.0	56.0
	Diploma (D3/D4/Sederajat)	6	6.0	6.0	62.0
	Sarjana (S1)	33	33.0	33.0	95.0
	Pasca Sarjana (S2/S3)	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan table diatas, diketahui bahwa responden didominasi oleh kalangan pelajar yakni sebanyak 56 orang atau 56%, selanjutnya didominasi oleh mahasiswa S1 yakni sebanyak 33 orang atau 33%, Diploma (D3/D4/Sederajat) 6 orang atau 6%, dan Pasca Sarjana (S2/S3) sebanyak 5 orang atau 5%.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	62	62.0	62.0	62.0
	Karyawan Swasta	23	23.0	23.0	85.0
	Pegawai Negeri	6	6.0	6.0	91.0
	Wirausaha	6	6.0	6.0	97.0
	Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa pelanggan Café Kebun Latte Ciater dari kalangan Pelajar atau mahasiswa sebanyak 62 orang dengan persentase 62%, Ada 23 karyawan swasta (23%), 6 wirausaha (6%), 6 pegawai negeri (6%), dan 3 orang dengan pekerjaan lainnya (3%) yang menjadi konsumen Café Kebun Latte Ciater. Data ini menunjukkan bahwa konsumennya berasal dari berbagai latar belakang sosial, termasuk pelajar, mahasiswa, dan wirausaha.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung

Kunjungan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama Kali	67	67,0	67,0	67,0
	2 Kali	18	18,0	18,0	85,0
	Lebih dari 3 kali	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan data diatas, penulis melakukan penelitian kepada 100 konsumen Cafe Kebun Latte dan mayoritas mereka baru pertama kali mengunjungi Cafe Kebun Latte yakni sebanyak 67 orang (67%), 2 kali berkunjung sebanyak 18 orang (18%), lebih dari 3 kali sebanyak 15 orang (15%).

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	P.1	0,800	0,1966	Valid
2	P.2	0,734	0,1966	Valid
3	P.3	0,731	0,1966	Valid
4	P.4	0,647	0,1966	Valid
5	P.5	0,692	0,1966	Valid
6	P.6	0,659	0,1966	Valid
7	P.7	0,723	0,1966	Valid
8	P.8	0,703	0,1966	Valid
9	P.9	0,690	0,1966	Valid
10	P.10	0,661	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	P.1	0,648	0,1966	Valid
2	P.2	0,737	0,1966	Valid
3	P.3	0,787	0,1966	Valid
4	P.4	0,815	0,1966	Valid
5	P.5	0,779	0,1966	Valid
6	P.6	0,686	0,1966	Valid
7	P.7	0,744	0,1966	Valid
8	P.8	0,802	0,1966	Valid
9	P.9	0,738	0,1966	Valid
10	P.10	0,790	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	P.1	0,781	0,1966	Valid
2	P.2	0,737	0,1966	Valid
3	P.3	0,759	0,1966	Valid
4	P.4	0,727	0,1966	Valid
5	P.5	0,736	0,1966	Valid
6	P.6	0,727	0,1966	Valid
7	P.7	0,818	0,1966	Valid
8	P.8	0,763	0,1966	Valid
9	P.9	0,838	0,1966	Valid
10	P.10	0,755	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

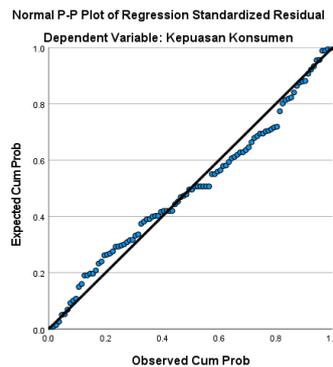
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbatch Alpha	Keputusan
Kualitas Produk	0,885	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,914	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,920	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 4.13, semua variabel (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen) memiliki nilai Cronbach's alpha > 0,60 menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel dan dapat dilanjutkan analisisnya.

Tabel 7. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastisitas terlihat semua titik tidak mempunyai pola tertentu serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.256	2.162		1.044	.299		
	Kualitas Produk	.359	.105	.318	3.420	.001	.261	3.832
	Kualitas Pelayanan	.584	.091	.596	6.422	.001	.261	3.832

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil analisis data, Kualitas Produk memiliki VIF sebesar 3,832 dan Kualitas Pelayanan memiliki VIF sebesar 3,832. Kedua nilai VIF tersebut kurang dari 10, menunjukkan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel-variabel tersebut.

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.256	2.162		1.044	.299
	Kualitas Produk	.359	.105	.318	3.420	.001
	Kualitas Pelayanan	.584	.091	.596	6.422	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel tersebut maka persamaan regresi bergandanya sebagai berikut:

$$Y = 2,256 + 0,359X_1 + 0,584X_2$$

Artinya:

- 1) Nilai konstanta 2,256 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan tetap, kepuasan konsumen akan tetap sebesar 2,256.
- 2) Regresi variable kualitas produk Regresi variabel kualitas produk 0,359X₁ menunjukkan bahwa dengan setiap peningkatan satu unit dalam kualitas produk, dan asumsi kualitas pelayanan tetap konstan, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,359X₁.

- 3) Regresi variable kualitas pelayanan $0,584X_2$ menunjukkan bahwa dengan setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan, dan asumsi kualitas produk tetap konstan, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar $0,584X_2$.

Pengujian Hipotesis

Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.256	2.162		1.044	.299
	Kualitas Produk	.359	.105	.318	3.420	.001
	Kualitas Pelayanan	.584	.091	.596	6.422	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji T maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen
Hasil uji t menunjukkan t hitung $>$ t tabel ($3,420 > 1,984$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen
Hasil uji t menunjukkan t hitung $>$ t tabel ($6,422 > 1,984$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2385.328	2	1192.664	173.794	.000 ^b
	Residual	665.662	97	6.862		
	Total	3050.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 27

Hasil uji F menunjukkan F hitung $>$ F tabel ($173,794 > 3,09$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diolah dan dari hasil uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kebun Latte Ciater Tangerang Selatan dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan dengan uji regresi $Y = 2,438 + 0,938X_1$. Koefisien korelasi sebesar 0,830 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi 0,689 menunjukkan kontribusi Kualitas Produk 68,9%, sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($3,420 > 1,984$), maka dengan ini H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. 2) Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan dengan uji regresi $Y = 5,921 + 0,851X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,869 menunjukkan hubungan yang sangat

kuat. Koefisien determinasi 0,756 menunjukkan kontribusi Kualitas Pelayanan 75,6%, sedangkan sisanya 24,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($6,422 > 1,984$), maka dengan ini H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. 3) Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan dengan uji regresi $Y = 2,256 + 0,359X_1 + 0,584X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,884 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi 0,782 menunjukkan kontribusi kualitas produk dan kualitas pelayanan 78,2% sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu ($173,794 > 3,09$), maka dengan ini H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

REFERENSI

Buku:

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing. 15th edition*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal :

- Lionarto, L., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB) 4(1)*, 527-545.
- Mentang, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 684.