

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LENTERA COFFEE TANJUNG MORAWA

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT LENTERA COFFEE TANJUNG MORAWA

¹Muhammad Rizal, ²Farida Hanum Nasution, ³Teguh Dwi Putra

^{1,2)}Universitas Dharmawangsa

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kopi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 konsumen dengan menggunakan teknik accidental sampling. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner pada konsumen lentera coffee Tanjung Morawa dan data sekunder yang diperoleh dari lentera coffee Tanjung Morawa. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi yang dioperasikan melalui SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen. Sementara secara simultan kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen lentera coffee. Dalam hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 69,3%. Sedangkan sisanya 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

A. PENDAHULUAN

Sejauh ini, bisnis *coffee shop* adalah salah satu tempat yang sangat di gandrungi oleh beberapa tingkatan masyarakat yang mulai dari kaum muda, orang tua, sampai dengan kaum remaja. Hal ini bahkan menjadi gaya hidup masyarakat modern, dimana tempat ini digunakan untuk melepas penat dari keseharian bekerja atau mungkin untuk mengisi waktu luang bersama teman dan sanak saudara. *Coffee shop* cukup berkembang saat ini. Yang dulunya hanya berada di pinggiran jalan, sekarang sudah sampai berada di tempat mewah seperti gedung, hotel berbintang, ruko, bahkan mall dengan menawarkan pelayanan dan kualitas pelayanan terbaik.

Pada hal ini, meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah hal yang sangat penting dalam bisnis khususnya bisnis *coffee shop*, agar konsumen puas dan merasakan damai duduk di *coffee shop* tersebut. Kualitas pelayanan merupakan hal yang mengenai pemahaman tentang kualitas pelayanan itu sendiri, dan kemudian memperluas menjadi *fitness for use* dan *conformance to requirement*, Tjiptono (2012) dalam Desikasari (2018).

Banyaknya yang menyukai tempat tersebut membuat seluruh pemilik berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Agar pelanggannya puas dan betah akan *coffee shop* nya. Menurut Rachman & Kusuma (2014) dinyatakan bahwa kebetahan merupakan kondisi psikologis dimana manusia merasa nyaman dan puas pada suatu tempat sehingga senang untuk terus duduk lama ditempat itu. Yang membuat

konsumen betah akan tempat tersebut banyak hal faktornya, diantaranya variasi makanan, kebersihan, keunikan makanan, bentuk bangunan, dekorasi yang bagus, fasilitas yang memadai, cita rasa masakan enak, rasa kopi yang diracik nikmat, dan lain sebagainya. Persaingan yang sangat ketat tersebut tentunya membuat *owner* harus berfikir keras untuk menentukan strategi seperti apa yang harus dilakukan sehingga usahanya dapat berkembang lebih baik.

Dengan hal itu, penulis sangat tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Lentera Coffee Tanjung Morawa”**. Dalam judul ini, penulis ingin meneliti pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di lentera *coffee*. Lentera *coffee* ini adalah *coffee shop* yang menjadi daya tarik masyarakat yang ada di sekitar. Dimana *coffee shop* ini menjadi daya tarik yang sangat baik di antaranya kualitas produk dan kualitas pelayanannya yang baik dari karyawan juga *owner* nya. Mengingat belum pernahnya dilakukan penelitian di lentera *coffee* tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Lentera *coffee*. Harapannya yang dihasilkan dari penelitian ini, penulis dapat membuktikan seperti apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada di lentera *coffee*. Sehingga dengan berhasilnya penelitian ini serta mendapatkan hasil penelitian diperuntukkan untuk membantu lentera *coffee* agar tetap terus mengembangkan kualitas pelayanan serta kualitas produk yang ada di lentera *coffee* tanjung morawa. Dengan demikian, konsumen yang berkunjung ke lentera *coffee* dapat terus menerus mendatangi lentera *coffee* disebabkan rasa puas yang dirasakan konsumen/pelanggan.

B. LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga sangat penting, sebab dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan rasa puas terhadap konsumen. Menurut Sviolka dalam Lupiyoadi (2013:213) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan rasa puas tersebut dapat menciptakan citra usaha tersebut baik. Hal ini akan menjadi tempat yang disinggahi terus menerus sehingga menciptakan konsumen loyalitas. Dengan memberikan pelayanan yang baik, konsumen akan merekomendasikan tempat tersebut keteman – teman lainnya. Menurut Tjiptono (2012) dalam Desikasari (2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah mengenai pemahaman tentang kualitas pelayanan itu sendiri, kemudian memperluas menjadi *fitness for use* dan *conformance to requirement*.

Indikator Kualitas pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip kembali oleh Meithiana (2019) antara lain :

a. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

b. Kesadaran (*Awareness*)

- Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan
- c. Perhatian (attention)
Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.
 - d. Ketepatan (Accuracy)

Pengertian Kualitas Produk

Mengutip menurut Runtunuwu dan Oroh (2014), kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2009) dalam Putri (2018), menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Kualitas produk merupakan suatu hal mesti di perhatikan serius oleh seorang wirausaha Coffee Shop. Dimana kualitas produk ini untuk menjamin kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dengan membuat produk yang berkualitas baik tentunya akan membuat konsumen puas dengan kualitas produknya. Dengan adanya rasa kepuasan konsumen membuat konsumen terus - terusan membeli produknya.

B. METODE

Bentuk Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil metode penelitian kuantitatif. Metode ini dinamakan kuantitatif dikarenakan teknik dan hasil penelitian menggunakan angka-angka dan statistik. Dr Sugiyono (2013) menyebutkan Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan melihat keterikatan antara dua variabel atau lebih melalui analisa data. Pada penelitian ini memiliki 3 variabel yaitu variabel X1 kualitas pelayanan, variabel X2 kualitas produk dan Y kepuasan konsumen. Dalam pengolahan data penelitian menggunakan alat bantu penelitian IBM SPSS 25.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Lentera Coffee Tanjung Morawa

Dilihat dari hasil uji parsial (uji t) pada variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ($10,248 > 1,663$), sedangkan nilai sig lebih kecil dari alpha ($0,000 < 0,05$). Sehingga hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dapat berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dengan ini berarti H₀ ditolak sedangkan H₁ diterima. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam statistik yang telah dilakukan. Hal ini dapat memvalidasi hipotesis bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasaan konsumen.

Sehingga dari hasil penelitian yang didapatkan ini sejalan dengan peneliti terdahulu yang telah dijurnalkan dan terpublikasi yaitu Suci Nurhayati (Universitas Dharmawangsa), hasil penelitiannya telah membuktikan Berdasarkan hasil uji F diperoleh ada pengaruh signifikan berwujud fisik, kehandalan, kompeten, ramah, dapat dipercaya, merasa aman dan akses terhadap kepuasan konsumen. Dengan memahami pengaruh ini, lentera coffee dapat mengidentifikasi dan memaksimalkan kualitas pelayanan agar tujuan lentera coffee tercapai.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Lentera Coffee Tanjung Morawa

Berdasarkan uji parsial (*t*) memiliki nilai thitung $1,029 < t$ tabel $1,663$ dengan nilai sig lebih besar dari alpha $0,307 > 0,05$, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (*X₂*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (*Y*). Yang berarti H₀₂ diterima sedangkan H₁ ditolak.

Ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Isnaini Putri (Universitas Dharmawangsa) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena hasil nilai thitungnya lebih kecil dari ttabel, kualitas produk juga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena beberapa hal, yaitu ada kualitas beberapa produk yang belum bisa memuaskan pelanggan dan faktor lain yang lebih bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Lentera Coffee Tanjung Morawa

Berdasarkan uji f, diperoleh nilai Fhitung sebesar $93,540$ lebih besar dari Ftabel $3,11$ dan Sedangkan nilai Sig $0,000$ lebih kecil dari alpha $0,05$. Dalam hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (*X₁*) dan variabel kualitas produk (*X₂*) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan konsumen (*Y*). Maka H₀ di tolak sedangkan H₃ diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dijurnalkan dan terpublikasi yang dilakukan oleh Farah Diza (Universitas Sam Ratulangi Manado) yang mana hasil yang di dapat dalam analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara bersama-sama diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (*X₁*), Kualitas Produk (*X₂*) dan Kepercayaan (*X₃*) diperoleh nilai Fhitung \geq FTabel sehingga disimpulkan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan secara simultan (Bersama-sama) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. FIF GROUP Cabang Manado.

Oleh karena itu, dari hasil pengujian hipotesis dapat diambil kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H₃ secara serempak kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

D. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di lentera coffee tanjung morawa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 86 orang/responden yang merupakan konsumen lentera coffee, Adapun beberapa kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Hasil uji parsial (uji *t*) Variabel kualitas pelayanan (*X₁*) memiliki nilai thitung lebih besar

- dari ttabel ($10,248 > 1,663$), sedangkan nilai sig lebih kecil dari *alpha* ($0,000 < 0,05$). Sehingga hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dapat berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dengan ini berarti H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima.
2. Hasil uji parsial (t) memiliki nilai thitung $1,029 < ttabel 1,663$ dengan nilai sig lebih besar dari *alpha* $0,307 > 0,05$, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Yang berarti H_2 diterima sedangkan H_0 ditolak.
 3. Hasil uji F melalui regresi linear berganda menghasilkan Fhitung $93,540 > Ftabel 3,11$. Dan nilai *Sig* $0,000 < 0,05$. Dan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R Square adalah sebesar 0,693. Dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 69,3% variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Sedangkan sisanya dengan persentase 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

Alvin Mariansyah & Amirudin Syarif (2020), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Kabalu* Universitas bina darma (jurnal)

Chandra, T., Hafni, L., Chandra, S., Purwati, A. A., & Chandra, J. (2019). *The Influence Of Service Quality , University Image On Student Satisfaction And Student Loyalty*. Benchmarking: An International Journal, 26(5), 1533–1549. <Https://Doi.Org/10.1108/BIJ-07-2018-0212>

Desikasari. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makyung Martabak & Cafe Medan*. Skripsi Publikasi, 56.

Dr. Meithiana Indrasari (2019), Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Buku Cetakan pertama. Unitomo Press, Jawa Timur

Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, & Imelda W. J Ogi (2016), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)*. universitas sam ratulangi manado (jurnal)

Fardiani, N. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery& Cafe Pandanaran Semarang*. Skripsi Publikasi, 75.

Hasoloan A, Suci Nurhayati (2021), *Pengaruh kualitas pelayanan beauty presenter terhadap kepuasan konsumen pada PT. Focus Distribusi*

Nusantara, Jurnal publikasi reform universitas dharmawangsa medan, 8 (1), 39-50

- Isnaini putri (2021). *Pengaruh startegi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Surya Mentari Indah Medan*, skripsi universitas dharmawangsa
- Liany, F. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung*. Skripsi Publikasi, 110.
- Manullang, M & Pakpahan, M. 2024, *Metode penelitian, proses penelitian praktis*, Bandung : Penerbit Cipta pustakaan Media.
- Putri, E. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Warda Cosmetics di Indonesia)*. Skripsi Publikasi, 161.
- Rachman, R.A. & Kusuma, H.E. (2014). *Definisi Kebetahan dalam Ranah Arsitektur dan Lingkungan Perilaku*. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2014, Program Studi Teknik Arsitektur, Universitas Sriwijaya, Nov. 2014.
- Risatul Umami, As'at Rizal, Sumartik, (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café* Volume 15, Nomor 2, Oktober 2019. Hal. 250-257. Jurnal
- Roselina, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang*. Majalah Ilmiah Solusi, 14.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. EMBA
- Siregar, S. (2018) *Metode penelitianKuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan manual & SPSS*. Jakarta : KENCANA
- Sudaryono (2017) *Metode penelitian* Cetakan pertama, penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sudaryono (2017). *Pengantar manajemen (teori dan kasus)*, cetakan pertama, penerbit Yogyakarta : CAPS.
- Sufa, M. F., & Harini, D. (2017). *Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Sebagai Upaya Menjamin Kepuasan Pelanggan*. jurnal Administrasi Bisnis, 2(1), 89–96.
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Indonesia : Alfabet Bandung
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian : kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABET
- Tarigan, P. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour and Travel)*. Skripsi Publikasi, 143