
Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya)

Dian Ahadianti¹, Kusuma Agdhi Rahwana², Suci Putri Lestari³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

E-mail: deaniyn997@gmail.com¹

Article History:

Received: 05 November 2022

Revised: 17 November 2022

Accepted: 18 November 2022

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction*

Abstract: *This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction Coffee Shop Fullhoper in Tasikmalaya simultaneously and partially. By using survey research method, the sample technique used is accidental sampling and taken as many as 100 people. The analytical tools used in this research are classical assumption test and regression multiple. The results showed that the effect of product quality and service quality simultaneously had a significant effect on consumer satisfaction. Product quality and service quality partially significant effect on customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis *coffee shop* dewasa ini mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan tersebut dapat dilihat di setiap pusat perbelanjaan, pusat keramaian dan ada beberapa kawasan di Tasikmalaya yang dipenuhi oleh *coffee shop* atau tempat kuliner lainnya, seperti daerah dr. Soekardjo (Simpang 5), Dewi Sartika, HZ. Mustofa, Asia Plaza, Siliwangi dan lainnya. Dengan banyaknya *coffee shop* dan tempat kuliner hampir di setiap sudut kota untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan tempat yang dapat mereka gunakan untuk bersantai, berkumpul bersama teman atau kolega, melakukan negosiasi bisnis dan lainnya.

Dengan semakin menjamurnya *Café* dan *Coffee Shop* di Tasikmalaya maka Fullhoper berusaha memberikan produk dan pelayanan yang terbaik. Dengan adanya kualitas produk dan pelayanan yang baik di dalam suatu *Coffee Shop*, yang akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan produk dan pelayanan yang diberikan, Apabila konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pembelian kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk mengunjungi *Coffee Shop* yang sama.

Pihak Fullhoper berusaha agar kualitas produk dan pelayanan yang dibuat sesuai kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan kepada konsumen dengan bertanya kepada konsumen apa yang diinginkannya, melihat desain *Coffee Shop* dan menu yang lebih inovatif melalui berbagai referensi seperti majalah, internet maupun televisi selain itu dengan membandingkan dengan pihak pesaing dari segi kualitas produk dan pelayanan serta cara memuaskan konsumen sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen yang datang ke Fullhoper.

Fullhoper sangat memperhatikan kualitas produk kopi yang mereka sajikan, dengan selalu

memperhatikan cara pengolahan dan penyajian kopi. Mulai dari pemilihan biji kopi pilihan, bahan baku lain yang berkualitas, proses penyajian yang bersih dan higienis. Hal ini juga ditunjang dengan pelayanan yang diberikan, yaitu dengan crew yang ramah dan barista yang profesional sehingga dapat memberikan kopi terbaik dan mampu memenuhi selera konsumen.

Permasalahan yang terjadi di Fulhopper selama ini meski pun kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan diupayakan untuk selalu memuaskan konsumen, baik dari segi menu produk dan pelayanan tetapi konsumen masih merasa kurang puas. Hal ini, diketahui dari pengamatan awal yang di lakukan peneliti dimana dari kualitas produk terlihat menu kopi yang ditawarkan kurang variatif. Sedangkan gejala masalah dari pelayanan terlihat dari pelayanan yang masih lambat dari menyiapkan pesanan hingga membereskan meja, banyak nya konsumen yang datang tidak terlayani dengan baik dikarenakan jumlah karyawan yang masih sedikit, hal ini berakibat pada menurunnya kepuasan konsumen yang datang ke Fulhopper.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2018), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan seperti yang dikatakan oleh Parasuraman et al. (dalam Lupiyoadi, 2016) dapat didefinisikan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Oliver dalam Ferrinadewi (2016), kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Menurut Masri Singarimbun (2015) metode survey adalah salah satu metode penelitian yang menitikberatkan kepada hubungan relasional yang mempelajari hubungan variabel-variabel yang diteliti, pada umumnya penelitian ini menggunakan sampel yang mewakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian. Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan.

Uji validitas ini peneliti melakukan dengan cara mengajukan kuesioner kepada 100 responden yaitu Konsumen *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya, selanjutnya menghitung korelasi dari masing-masing skor item pertanyaan dengan total item-item pertanyaan tersebut.

Hasil uji validitas dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrument penelitian

valid, karena R hitung lebih besar dari nilai korelasi. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dapat dilakukan Kembali dalam tahapan selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dibedakan menjadi dua macam yaitu pada pertanyaan-pertanyaan variabel X dan pada pertanyaan-pertanyaan variabel Y. Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner tersebut dapat kembali digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengunjung *Coffee Shop Fullhoper* Tasikmalaya

Analisis data penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis regresi multiple, koefisien korelasi untuk mengetahui hubungan determinasi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Untuk hasil nilai koefisien korelasi (r) diperoleh nilai 0,810 yang menunjukkan bahwa keeratan antara kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y) termasuk dalam kategori sangat kuat. Semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen semakin tinggi.

Sedangkan koefisien determinasi atau R square 0,656 dari hasil tersebut dapat dilihat besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 65,6%, sedangkan 34,4% lainnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang diteliti. Untuk mengetahui nilai signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen yaitu dilakukan uji F.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh F hitung sebesar 92,443 dan F tabel sebesar 3,09. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $92,443 > 3,09$ dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,005. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengunjung *Coffee Shop Fullhoper* Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi yang diperoleh antara kualitas produk (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,236 yang menunjukkan terdapat hubungan rendah antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Maka besar kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial adalah sebesar 23,6% [$Kd = (0,236)^2 * 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan memberikan hasil $2,396 > 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 > 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengunjung *Coffee Shop Fullhoper* Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi yang diperoleh antara kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,582 yang menunjukkan terdapat hubungan rendah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Maka besar

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial adalah sebesar 58,2% [$Kd=(0,582)^2 * 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan memberikan hasil $7,052 > 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada pengunjung *Coffee Shop* Fullhoper Kota Tasikmalaya maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen termasuk dalam klasifikasi baik yang artinya para pengunjung yang telah berlangganan ataupun baru mencoba membeli produk di *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya menyetujui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan *Coffee Shop* Fullhoper berkualitas dan sesuai dengan ekspektasi para konsumen itu sendiri, dengan kata lain mereka puas dengan kualitas yang disediakan oleh pihak *Coffee Shop* Fullhoper.
2. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung *Coffee Shop* Fullhoper Tasikmalaya.

DAFTAR REFERENSI

- Al Rasyid, Harun. 2012. *Metode Penelitian*, cetakan Keenam. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Basrah Saidani. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2018. ISSN 2598-2893
- Budi Nugroho. 2016. *Pengaruh Desain Produk dan Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Pengrajin Perak Asri Sliver Yogyakarta*. Journal UNY. Vol. 2 No. 1 ISSN: 2605-1952
- Erna, Ferrinadewi. 2016. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fandy, Tjiptono, 2015. *Manajemen Jasa. Edisi Revisi*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Fitzsimmons, James & Mona. 2016. *Service Manajemen International. Edition (5th ed.)*, NewYork, Amerika : The MCGraw.Hill
- Garvin, David A. 2015. *Managing Quality*. Free Press. New York
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi Kelima*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gronroos, C. 2016. *Service Management And Marketing: A Customer. Relationship Management Approach (2nd ed)*. Chichester: John Wiley and. Sons, Ltd.
- Heizer, J. dan Render, B. 2015. *Manajemen Operasi*, Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat
- Kartika Nur Rahmawati. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten*. Jurnal Pendidikan Teknik Boga UNY Vol 2,

Nomor 2, 2017 ISSN: 1987-3256

Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga

_____ & Armstrong, G. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta : Erlangga

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke-3. Jakarta. Salemba Empat.