



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya

Yogaparma Jayawibhawa, Nurlaela Eva Puji Lestari

Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

yogaparmaubsi@gmail.com, nurlaela.nep@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan bisnis di Indonesia, khususnya sektor makanan dan minuman, menunjukkan peningkatan luar biasa seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang konsumtif. Salah satu subsektor yang tumbuh pesat adalah industri kopi, yang kini telah bergeser menjadi bagian dari gaya hidup generasi milenial dan Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 384 responden yang merupakan konsumen Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil uji t secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t_{hitung} 12,077 > t_{tabel} 1,966$; sig. 0,000). Begitu pula dengan kualitas pelayanan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t_{hitung} 6,726 > t_{tabel} 1,966$; sig. 0,000). Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($F_{hitung} 145,992 > F_{tabel} 3,02$; sig. 0,000). Berdasarkan hasil tersebut, disarankan bagi manajemen Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan guna menjaga stabilitas kepuasan konsumen.

Kata kunci: : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kopi Kenangan.

Abstract

The development of business in Indonesia, particularly in the food and beverage sector, has shown remarkable growth in line with the shift toward a more consumptive lifestyle. One of the rapidly expanding subsectors is the coffee industry, which has now transitioned into a lifestyle element, especially among Millennials and Gen Z. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of product quality and service quality on consumer satisfaction at Kopi Kenangan, Tebet Raya Branch. The research method applied is quantitative with an associative approach. Data were collected via questionnaires distributed to 384 respondents who are consumers of Kopi Kenangan Tebet Raya Branch. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The partial t-test results indicate that product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction ($t_{count} 12.077 > t_{table} 1.966$; sig. 0.000). Similarly, service quality is proven to have a positive and significant effect on consumer satisfaction ($t_{count} 6.726 > t_{table} 1.966$; sig. 0.000). Simultaneously, the F-test results demonstrate that both product quality and service quality significantly affect consumer satisfaction ($F_{count} 145.992 > F_{table} 3.02$; sig. 0.000). Based on these findings, it is recommended that the management of Kopi Kenangan Tebet Raya Branch maintain and enhance both product and service quality to sustain consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, Kopi Kenangan.

1. Pendahuluan

Industri makanan dan minuman, salah satunya usaha kedai kopi, berkembang dengan sangat pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat. Kopi tidak hanya dikonsumsi tetapi sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan aktivitas sosial, khususnya bagi kalangan generasi milenial atau Gen Z. Dengan adanya persaingan antar kedai kopi mendorong perusahaan menjaga Kualitas Produk serta memberikan pengalaman dalam pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Fenomena meningkatnya penggunaan kopi di Indonesia didasarkan pada statistik yang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam permintaan pasar. Menurut data dari Euromonitor yang dikutip oleh Data Indonesia, id, penjualan kopi siap minum di Indonesia diperkirakan akan mencapai 234 juta liter pada tahun 2023.

Selain itu, laporan dari (BPS, 2024) mencatat produksi kopi dalam negeri mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022, meningkat sekitar 1,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini merefleksikan tingginya permintaan dan juga memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu penghasil kopi terkemuka di dunia.

Peningkatan konsumsi kopi setiap tahunnya membuat persaingan komersial semakin ketat, dan persaingan terutama dari perusahaan sejenis menuntut perusahaan untuk bertindak lebih cepat dalam menarik konsumen. Untuk itu perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran perlu memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kegiatan pemasarannya.

Namun, di balik perkembangan itu, ada persaingan pasar yang kian sengit, khususnya di antara kedai kopi modern. Munculnya beragam merek kopi lokal menuntut para pelaku bisnis untuk tidak hanya menyajikan produk yang menarik, tetapi juga memberikan nilai lebih melalui mutu produk dan layanan. Dalam situasi yang ideal, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk serta memberikan layanan terbaik untuk menghasilkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas yang berkelanjutan.

Namun, dalam praktiknya, tidak semua perusahaan dapat secara konsisten memenuhi harapan pelanggan, sehingga ada jurang antara harapan dan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan.

Kenangan sebagai salah satu merek kopi lokal yang tumbuh dengan cepat di Indonesia adalah contoh perusahaan yang berhasil memanfaatkan kesempatan pasar melalui pendekatan inovatif dan ekspansi yang agresif. Dengan jumlah gerai yang meningkat pesat dan konsep branding yang berbeda, Kopi Kenangan mampu menarik minat konsumen dan menjadi salah satu pemain penting dalam sektor kopi. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, tantangan utama yang harus dihadapi adalah cara menjaga kepuasan pelanggan melalui mutu produk dan pelayanan yang konsisten di setiap cabangnya, termasuk yang ada di Tebet Raya.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha karena berkaitan dengan penilaian konsumen atas pengalaman yang didapatkan setelah membeli dan menggunakan produk tersebut serta kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai upaya dalam pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Nasution, 2005). Kualitas Produk dapat dilihat melalui karakteristik diantaranya konsistensi rasa, variasi, tampilan, aroma, dan kesesuaian kualitas serta Kualitas Produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen yang sangat penting ketika mengevaluasi pengalaman pembelian (Kotler & Armstrong, 2023) dan juga Kualitas Produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya (Marie & Budi, 2020).

Sementara itu, Kualitas Pelayanan mencakup keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati. Ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman konsumen dapat menurunkan kepuasan konsumen yang sejalan dengan konsep RATER (Lupiyoadi, 2013) dan juga kualitas pelayanan berfokus dalam memenuhi kebutuhan dan persyaratan (Arianto, 2018) .

Penelitian terdahulu yang diperoleh dalam skripsi ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berhubungan dengan Kepuasan Konsumen pada berbagai objek, termasuk kafe dan kedai kopi (Kumara & Marlia, 2021; Mu'tashim & Slamet, 2020). Penelitian lain juga meneliti keterkaitan variabel tersebut pada usaha pada bidang makanan dan minuman (Amanda & Indra, 2024; Dalilah & Prawoto, 2023). Namun, situasi cabang tertentu dapat memiliki karakteristik konsumen dan pengalaman layanan yang berbeda-beda. Karena itu, penelitian ini berfokus pada konsumen Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya.

Tujuan penelitian merupakan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, serta pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan pada Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya (Dalilah & Prawoto, 2023)

2. Kajian Teori dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan sebuah produk menjalankan fungsi dan memenuhi karakteristik yang diharapkan konsumen. Dalam penelitian ini, Kualitas Produk diukur melalui indikator operasional yang mencakup variasi produk, kesesuaian, kemasan, konsistensi rasa, tampilan, aroma, kualitas, dan tekstur. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen yang sangat penting ketika mengevaluasi pengalaman pembelian (Kotler & Armstrong, Gary, 2024)

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara tepat dan cepat. Dimensi pelayanan dalam penelitian ini yakni keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang sejalan dengan konsep RATER yang dibahas dalam literatur layanan (Lupiyoadi, 2013; Tjiptono, 2015).

Kepuasan Konsumen merupakan hasil evaluasi pengalaman konsumen dengan membandingkan pengalaman yang diterima dengan harapannya. Dalam skripsi, pengukuran Kepuasan Konsumen diantaranya kepuasan keseluruhan, kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, rekomendasi, serta kenyamanan dan pengalaman. Studi yang diperoleh dalam skripsi menjelaskan hubungan positif atau signifikan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen pada sejumlah konteks usaha (Amanda & Indra, 2024; Kumara & Marlia, 2021; Mu'tashim & Slamet, 2020; Wisdayanti, 2025). Berdasarkan landasan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H3: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena peneliti ingin mengeksplorasi hubungan atau dampak antara variabel memanfaatkan teknik analisis statistik sehingga memperoleh hasil yang mampu menjadi dasar dalam mengambil keputusan berdasarkan data (Sugiyono, 2023). Lokasi penelitian bertempat di Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya, Jakarta Selatan. Populasi penelitian ini yaitu konsumen cabang tersebut yang jumlahnya tidak diketahui. Ukuran sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui dan diperoleh sebanyak 384 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan purposive sampling, yaitu memilih responden yang pernah membeli dicabang Tebet Raya.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan Google Form dengan skala Likert lima tingkat diantaranya 1 = Sangat Tidak Setuju, hingga 5 = Sangat Setuju yang dimana skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang (Windarti & Ibrahim, 2017). Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Mei–Juni 2026. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Analisis mencakup pengujian kualitas instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas), regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Model analisis menguji Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebagai variabel independen terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Persamaan regresi yang dilaporkan dalam skripsi ini adalah $Y = 8,933 + 0,552 X1 + 0,260 X2 + E$.

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden.

Berdasarkan data kuesioner yang diperoleh sebanyak 384 responden yang membeli Kopi Kenangan pada cabang Tebet Raya, identifikasi profil tersebut berfokus pada dua variabel utama, yakni Usia dan Pekerjaan responden. Rincian data Statistik mengenai deskripsi subjek penelitian secara sistematis dalam beberapa tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Berdasarkan Usia Responden

NO	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase
1.	< 20 Tahun	53	13,8%
2.	21 – 25 Tahun	213	55,5%
3.	26 – 30 Tahun	80	20,8%

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14134>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

4.	> 30 Tahun	38	10,0%
TOTAL		384	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan tabel diatas hasil uji frekuensi menunjukan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia responden yaitu, dari usia <20 Tahun memiliki frekuensi sebanyak 53 orang, dengan usia 21–25 Tahun memiliki frekuensi sebanyak 213 orang, dengan 26-30 Tahun memiliki frekuensi sebanyak 80 orang, dan >30 Tahun memiliki frekuensi sebanyak 38 orang dan dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21-25 Tahun yaitu sebanyak 213 responden konsumen Kopi Kenangan, dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 384 orang konsumen Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya.

Tabel 2. Hasil Uji Berdasarkan Pekerjaan Responden

NO	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	218	56,8%
2.	Karyawan Swasta	94	24,5%
3.	BUMN/PNS	44	11,5%
4.	Ibu Rumah Tangga	28	7,3%
TOTAL		384	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan tabel diatas hasil uji frekuensi menunjukan bahwa karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan responden yaitu, dari Pelajar/Mahasiswa memiliki frekuensi sebanyak 218 orang, dengan Karyawan Swasta memiliki frekuensi sebanyak 94 orang, dengan BUMN/PNS memiliki frekuensi sebanyak 44 orang, dan Ibu Rumah Tangga memiliki frekuensi sebanyak 28 orang dan dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini didominasi oleh responden Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 218 responden konsumen Kopi Kenangan, dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 384 orang konsumen Kopi Kenangan Cabang Tebet Raya.

Uji Statistik Deskriptif

“Penelitian deskriptif suatu penelitian yang memberikan gambaran atau mendeskripsikan suatu data penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi varian, maksimum, minimum, SUM, range kurtosis dan skewness” (Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, 2021)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X1	384	30	50	43.68	3.315
TOTAL_X2	384	27	50	44.07	3.365
TOTAL_Y	384	31	50	44.42	3.651
Valid N (listwise)	384				

Gambar. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil Uji Deskriptif Statistik diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh penelitian adalah :

1. Variabel X1 (Kualitas Produk)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai minimum sebesar 30 dan nilai maksimum sebesar 50 dari total skor jawaban responden. Nilai rata-rata 43,68. nilai standar deviasi untuk variabel ini adalah sebesar 3,315.

2. Variabel X2 (Kualitas pelayanan)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 27 dan nilai maksimum sebesar 50 dari total skor jawaban responden. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah sebesar 44,07. Nilai standar deviasi untuk variabel ini adalah sebesar 3,365.

3. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Kepuasan Konsumen Y memiliki nilai minimum sebesar 31 dan nilai maksimum sebesar 50 dari total skor jawaban responden. Nilai rata-rata (mean) yang didapatkan adalah sebesar 44,42. Adapun nilai standar deviasi yang diperoleh untuk variabel ini adalah sebesar 3,651.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Menurut (Amruddin et al., 2020) “uji validitas digunakan untuk mengetahui serta mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner”.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas X1

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,786	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.2	0,786	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.3	0,371	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.4	0,504	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.5	0,566	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.6	0,786	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.7	0,230	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.8	0,435	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.9	0,371	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.10	0,566	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Hasil uji validitas pada variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,100). Nilai r hitung berkisar antara 0,230 sampai dengan 0,786, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Produk dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas X2

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,824	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.2	0,545	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.3	0,824	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.4	0,824	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.5	0,115	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.6	0,713	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.7	0,713	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.8	0,426	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.9	0,824	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.10	0,713	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Hasil uji validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,100). Nilai r hitung berkisar antara 0,115 sampai dengan 0,786, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,774	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.2	0,774	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.3	0,795	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.4	0,591	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.5	0,795	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.6	0,774	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.7	0,118	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.8	0,469	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.9	0,184	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.10	0,795	0,100	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Hasil uji validitas pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,100). Nilai r hitung berkisar antara 0,118 sampai dengan 0,795, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen dinyatakan valid.

Dari tabel hasil uji validitas untuk variabel Kualitas produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut (Paramita wijayanti daniar ratna et al., 2021) “Reliabilitas diartikan dengan konsistensi, ketepatan, kestabilan, dan keandalan Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk menilai suatu instrumen dalam mengukur variabel yang sama secara berulang sehingga instrumen dianggap layak dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data”



Cronbach's Alpha	N of Items
.739	10

Gambar. 2 Hasil Uji Reliabilitas X1
Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0,739. Dengan demikian bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70.



Cronbach's Alpha	N of Items
.868	10

Gambar. 3 Hasil Uji Reliabilitas X2
Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah sebesar 0,868. Dengan demikian bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70.



Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Gambar. 4 Hasil Uji Reliabilitas Y
Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan Y adalah sebesar 0,813. Dengan demikian bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel X1 sebesar 0.739, X2 sebesar 0. 868, Y sebesar 0.813. Dengan demikian bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, H, 2021) “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel tersebut dalam model regresi memiliki distribusi normal”..

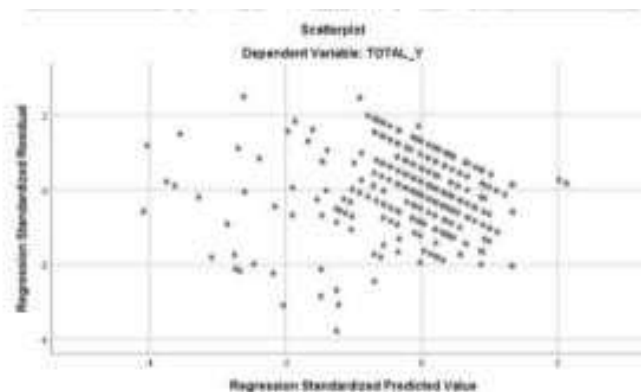


Gambar. 5 Hasil Uji Normalitas
Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan Grafik P-P Plot menunjukan bahwa residual terstandarisasi untuk “Kepuasan Konsumen” titik-titik residual sebagian besar mengikuti garis diagonal sehingga residual dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, titik- titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.933	2.086		4.281	.000		
	TOTAL_X1	.552	.046	.502	12.077	.000	.861	1.161
	TOTAL_X2	.240	.039	.279	6.726	.000	.861	1.161

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar. 7 Hasil Uji Multikolinearitas
 Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,861 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,161 (< 10). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga memenuhi salah satu asumsi klasik regresi.

Uji t

uji statistik T dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.933	2.086		4.281	.000		
	TOTAL_X1	.552	.046	.502	12.077	.000	.861	1.161
	TOTAL_X2	.240	.039	.279	6.726	.000	.861	1.161

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar. 8 Hasil Uji t
 Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil uji T, variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 12,077 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Kemudian, Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,726 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel Kualitas Pelayanan (X2) juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2215.162	2	1107.581	145.982	.000 ^b
	Residual	2692.494	381	7.067		
	Total	5105.656	383			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y
 b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Gambar. 9 Hasil Uji F
 Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil uji f di atas, nilai f hitung yang diperoleh sebesar 145.992 yang berarti $> f$ tabel 3,02 dengan tingkat signifikansinya yaitu Maka H3 diterima dan H03 ditolak, artinya secara simultan variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh secara serentak variabel- variabel independen (X1) dan (X2) terhadap variabel 50 dependen (Y).

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.431	2.754

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1
 b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan
 Sumber : Data diolah pada tahun 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,434, yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 43,4%, sedangkan 56,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode untuk menilai sejauh mana pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen dengan memanfaatkan informasi dari variabel independen.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	8.933	2.086		4.281	.000	4.830	13.036
	TOTAL_X1	.552	.046	.502	12.077	.000	.462	.642
	TOTAL_X2	.280	.038	.378	6.726	.000	.184	.336

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
 Sumber : Data diolah pada tahun 2026

X1 maupun X2 memberikan dampak positif terhadap Y, dengan X1 memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan X2.

1. Nilai konstanta (a) sebesar 8,933 menunjukkan bahwa apabila variabel independen, yaitu X1 dan X2, dianggap bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel dependen (Y) diperkirakan sebesar 8,933.
2. Nilai koefisien regresi variabel X₁ sebesar 0,552 menunjukkan bahwa variabel X₁ berpengaruh positif terhadap variabel Y. Artinya, setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel X₁ akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,552 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap (konstan).

3. Nilai koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,260 menunjukkan bahwa variabel X_2 berpengaruh positif terhadap variabel Y. Artinya, setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel X_2 akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,260 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap (konstan).

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil uji t, yaitu nilai t hitung 12,077 > t tabel 1,966 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. 2). Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil uji t, yaitu nilai t hitung 6,726 > t tabel 1,966 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. 3). Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 145,992 > F tabel 3,02 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Reference

1. Amanda, P., & Indra, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451>
2. Amruddin, Muskananfolo L, I., Febriyanti, E., Atik, B., Pandie R, F., & Goa Y, M. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (A. Munandar, Ed.). Media Sains Indonesia.
3. Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
4. BPS. (2024). *Statistik Kopi Indonesia 2023* (Vol. 8). Badan Pusat Statistik.
5. Dalilah, N., & Prawoto, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Kenangan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 186–197. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1774>
6. Ghozali, H, I. (2021). Bab 2 Pengenalan Program Spss Aplikasi Statistik Dekriptif Dan Crosstabs. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
7. Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2024). Principles Of Marketing. In *Pearson*. https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf
8. Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing, Global Edition* (19th ed.). Pearson Higher.
9. Kumara, D., & Marlia, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Limas Prima Steel Kota Tangerang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 681–690. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i4.372>
10. Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
11. Marie, A. L., & Budi, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 99–107.
12. Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>
13. Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia.
14. Paramita wijayanti daniar ratna, rizal noviansyah, & sulistyan bahtiar riza. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*.
15. Prof.H.Imam Ghazali, M.Com, Ph.D, C. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.
16. Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Rev). Alfabeta.
17. Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
18. Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–10. <https://www.neliti.com/id/publications/114989/>
19. Wisdayanti. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Citra Sarana Sejahtera Opsal Plaza Kota Palopo*.