

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CLAN CAFFE PAMEKASAN

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT CLAN CAFFE PAMEKASAN

Oleh :
Runik Puji Rahayu¹⁾, Moh. Herman Djaya²⁾
¹⁾²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Madura
E-mail: runik@unira.ac.id¹⁾, hermandjajaunira@gmail.com²⁾

Abstract

This study aims to determine the simultaneous effect of product quality and service quality on work productivity at Clan Caffe Pamekasan and to find out which variables have the most dominant influence on consumer activity at Clan Caffe Pamekasan. The object of this research is the consumers at Clan Caffe Pamekasan. The sample is 60 respondents. From the results of the calculation of the independent variables consisting of Product Quality and Service Quality factors simultaneously (together) that affect the variable, namely consumer satisfaction with an R value of 0.741 or 74.1% which describes the relationship between the dependent variable and the direction. strong. The value of R squared or the determinant of R of 0.549 or 54.9% has a simultaneous effect. While the rest (100% - 54.9% = 45.1%) is influenced by other factors not examined in this study. From the calculation results of the three independent variables, namely Product Quality (X1) and service quality (X2) which gives the most dominant influence on consumer satisfaction (Y) is the Service Quality variable (X2).

Keywords: Product Quality, Service Quality, Costomer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui pengaruh simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Clan Caffe Pamekasan serta ingin mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada Clan Caffe Pamekasan. Yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen pada Clan Caffe Pamekasan. Adapun sampelnya sebanyak 60 responden. Dari hasil perhitungan variabel bebas yang terdiri dari faktor Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dengan nilai R sebesar 0,741 atau 74,1% yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat. Nilai R squared atau determinan R sebesar 0,549 atau 54,9% berpengaruh secara simultan. Sedangkan sisanya (100% - 54,9% = 45,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel Kualitas Pelayanan (X2).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Tingginya persaingan usaha dewasa ini sangat menuntut setiap pemilik usaha

untuk terus meningkatkan kualitas usahanya kearah yang diharapkan konsumen dengan tidak membuat

usahanya merugi karena ditinggalkan konsumen (Agustin, 2016). Perubahan pola pikir konsumen yang dinamis menyebabkan perkembangan usaha yang semakin bersaing. Oleh karena hal tersebut kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha harus dapat memenuhi kepuasan konsumen (Daga, 2017 dan Zainurrafiqi & Rachmawati, 2018).

Mengingat tujuan marketing bagi sebuah perusahaan bukanlah hanya untuk mendapatkan pelanggan baru yang membeli produk jasanya, namun juga memberikan pelayanan terbaik dengan mempertimbangkan segala aspek dari dalam maupun luar perusahaan agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada (Fajar et al., 2022 dan Gazali & Zainurrafiqi, 2023). Karena mempertahankan pelanggan yang ada ini biayanya lebih murah dibandingkan mencari pelanggan baru, dan pelanggan yang dapat loyal dengan perusahaan ini lebih banyak menguntungkan daripada pelanggan baru (Firmansyah, 2018; Gazali et al., 2023; dan Kunaifi et al., 2021).

Terkait dengan produk Clan Caffee menunjukkan adanya keluhan dari konsumen pada rasa karena terlalu pahit. Penyajian kopi dirasa kurang menarik. Hal ini ditunjukkan dari cangkir yang digunakan terlalu sederhana dan tidak adanya label yang jelas terkait produk kopinya, untuk pelayanan juga dirasa

kurang, terlihat dari suasana ruangan penjualan kurang menunjukkan *taste* dari suatu cafe dan terlalu bising dengan musik. Suasana ruangan cafe ialah yang bisa membawa konsumen untuk menikmati kopi dengan santai sehingga ruangan di desain secara *elegant*. Tidak adanya pelayan wanita sehingga kurang menarik minta para konsumen yang adanya, akses WiFi yang terlalu lambat mengurangi kepuasan pada konsumen. Dampak yang diakibatkan dari permasalahan tersebut ialah konsumen kurang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Dari pemaparan masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Clan Caffee dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Clan Caffee Pamekasan”

Rumusan Masalah

Dari pemaparan masalah di atas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Clan Caffee Pamekasan?
2. Faktor manakah yang paling dominan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen Clan Caffee Pamekasan?

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Clan Caffee Pamekasan
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Clan Caffee Pamekasan.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Maria Dan Anshori (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) King Cake, baik secara simultan dan secara parsial/individual. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake dan Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake.

2. Penelitian Trianah, Pranitasari Dan Marichs (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di d'Besto Mangun Jaya 2, Tambun Selatan. Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Secara gabungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Penelitian Maulidah, Widodo Dan Zulianto (2019)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan

Ayam Goreng Nelongso Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 79,9% sedangkan 20,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 40,7%.

2. TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Produk

Kualitas adalah tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu, sedangkan produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. (Hartanto, 2019). dan kualitas produk (*Product Quality*) menurut adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. (Indrasari, 2019; Mariansyah & Syarif, 2020).

Indikator Kualitas Produk

indikator kualitas produk makanan dapat dilihat dari segi sebagai berikut (Shinta, 2011):

1. Tampilan fisik Produk

Dilihat dari warna, hiasan, dan juga bentuknya. Warna yang menarik dan hiasan serta bentuk yang bagus mempunyai nilai jual yang tinggi. Contoh: perpaduan warna yang terang mempunyai nilai jual lebih tinggi dibandingkan perpaduan warna gelap.

2. Kesesuaian atas spesifikasi

Kualitas dari produk yang dijual harus sesuai dengan yang dijanjikan. Produk yang ditawarkan mampu memberikan ukuran serta diameter yang sesuai dengan yang dijanjikan.

3. Variasi yang banyak

Variasi produk yang banyak akan menarik untuk dilihat sehingga aspek ini menjadi alasan mengapa konsumen membeli produk tersebut.

Kualitas Pelayanan

kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan (Umami & Sumartik 2019; Imron, 2019; dan Martiana & Apriani, 2019).

MPelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Nurfalah et al., 2020; dan Sambara et al., 2021).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator Indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Kristanto, (2018):

1. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat

2. Kesadaran (*Awareness*)

Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan

3. Perhatian (*Attention*)

Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

5. Ketepatan (*Acuracy*)

Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

Kepuasan Konsumen

Pemasar mengetahui bahwa lebih menguntungkan untuk mempertahankan konsumen yang telah ada dibanding menggantinya dengan konsumen baru. Memastikan konsumen yang ada sekarang mendapatkan kepuasan dari pembelian dan penggunaan produknya. (Kusumasasti et

al., 2017; dan Lesmana, 2019). Jadi, kepuasan konsumen merupakan perhatian utama dari pemasar. Kepuasan Konsumen adalah Perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima) (Sukmawati, 2018).

Indikator Kepuasan Konsumen

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni (Slamet, 2019) :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

3. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada Clan Caffé di Jalan P. Trunojoyo Kelurahan Patemon Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan, hal itu dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam pengumpulan data.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Menurut penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Siyoto dan Sodik, 2015).

Sumber Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini data primer adalah data jawaban angket dari responden.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan/ingin diteliti (Sugiyono, 2015). Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Clan Caffee.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Radjab dan Jam'an, 2017).

Untuk penarikan jumlah sampel peneliti menggunakan tehnik sampel *aksidental*. Teknik *aksidental* adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel (Sugiyono, 2015).

Untuk jumlah sampel peneliti mengambil sebanyak 60 orang responden, bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian minimal 10 kali dari jumlah variabel (independen + dependen) yang diteliti (Sugiyono, 2015).

Definisi Operasional

Variable Independent (Variabel Bebas)

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan Kualitas pelayanan.

1. Kualitas produk indikatornya adalah:

- a. Tampilan fisik Produk
- b. Kesesuaian atas spesifikasi
- c. Variasi yang banyak

2. Kulaitas pelayanan Indikatornya adalah:

- a. Keandalan (*Reability*)
- b. Kesadaran (*Awreness*)
- c. Perhatian (*Attention*)
- d. Ketepatan (*Acuracy*)

Variable Dependent (Variabel Terikat)

Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen Indikatornya adalah:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesediaan merekomendasikan

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik penyebaran angket dengan menggunakan metode penilaian skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan acuan untuk menyusun item-item angket yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa regresi linear berganda. regresi linear berganda digunakan untuk penelitian

dengan jumlah variabel X lebih dari satu ($X > 1$), dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jawaban responden

Analisa Variabel Kualitas Produk

Variabel bebas yang pertama adalah Faktor Kualitas Produk (X_1) yang diukur melalui 3 (tiga) indikator yang terdiri dari

Tampilan Fisik Produk, Kesesuaian Atas Spesifikasi, dan Variasi Yang Banyak. Untuk mengetahui frekuensi jawaban dari indikator yang pertama tentang Tampilan Fisik Produk pada Clan Caffé Pamekasan tampak pada tabel berikut :

1) Tampilan Fisik Produk

Tabel 1
Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Kualitas Produk
Indikator Tampilan Fisik Produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	12	20,0
Setuju (4)	36	63,3
Sangat Setuju (5)	10	16,7
Total	60	100

Sumber : Data diolah (2023)

2) Kesesuaian Atas Spesifikasi

Tabel 2
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Produk
Indikator Kesesuaian Atas Spesifikasi

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	13	21,7
Setuju (4)	36	60,0
Sangat Setuju (5)	11	18,3
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023)

3) Variasi Yang Banyak

Tabel 3
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Produk
Indikator Variasi Yang Banyak

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	18	30,0
Setuju (4)	26	43,3
Sangat Setuju (5)	16	26,7
Total	60	100

Sumber : Da Data diolah (2023)

Analisa Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk variabel bebas yang kedua adalah Faktor Kualitas Pelayanan (X_2) dengan 4 indikator yaitu Keandalan (*Realibility*), Kesadaran (*Awareness*), Perhatian (*Attetion*), Ketepatan (*Acuracy*). Untuk

mengetahui frekuensi jawaban responden dari indikator yang pertama tentang Keandalan (*Realibility*) yang dilakukan oleh Clan Caffé Pamekasan tampak pada tabel berikut:

1) Keandalan (*Realibility*)

Tabel 4
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan Indikator
Keandalan (*Realibility*)

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	14	23,3
Setuju (4)	36	60,0
Sangat Setuju (5)	10	16,7
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023)

2) Kesadaran (*Awareness*)

Tabel 5
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan
Indikator Kesadaran (*Awareness*)

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	6	10,0
Setuju (4)	45	75,0
Sangat Setuju (5)	9	15,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023)

3) Perhatian (*Attention*)

Tabel 6
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Faktor Kualitas Pelayanan Indikator Perhatian (*Attention*)

Jawaban Responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	4	6,7
Setuju (4)	44	73,3
Sangat Setuju (5)	12	20,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023)

4) Ketepatan (*Acuracy*)

Tabel 7
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Faktor Kualitas Pelayanan Indikator Ketepatan (*Acuracy*)

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	4	6,7
Setuju (4)	48	80,0
Sangat Setuju (5)	8	13,3
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023).

Selanjutnya frekuensi jawaban responden terhadap indikator pertama pada variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen yang diukur dari Kesesuaian

Harapan, Minat Berkunjung Kembali, dan Kesiediaan Merekomendasikan.

1) Kesesuaian Harapan

Tabel 8
Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Kesesuaian Harapan

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	5	8,3
Setuju (4)	49	81,7
Sangat Setuju (5)	6	10,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023)

2) Minat Berkunjung Kembali

Tabel 9

Jawaban Responden tentang Indikator Minat Berkunjung Kembali

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	4	6,7
Setuju (4)	51	85,0
Sangat Setuju (5)	5	8,3
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023).

3) Kesiediaan Merekomendasikan

Tabel 10

Jawaban Responden tentang Indikator Kesiediaan Merekomendasikan

Jawaban responden	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju (1)	-	-
Tidak Setuju (2)	-	-
Cukup Setuju (3)	3	5,0
Setuju (4)	52	86,7
Sangat Setuju (5)	5	8,3
Total	60	100

Sumber: Data diolah (2023).

Analisis Kuantitatif / Statistik

Pada analisis statistik ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat perlu dilakukan analisa statistik, dalam perhitungan ini penulis

menggunakan metode regresi linier berganda melalui program SPSS for windows yang hasilnya secara lengkap dapat dilihat pada lampiran. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh data berikut ini:

Tabel 11

Hasil Perhitungan Analisis Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,286	,425		2,043	,046
X1 (Kualitas Produk)	,443	,089	,196	4,057	,024
X2 (Kualitas Pelayanan)	,719	,060	,668	7,887	,060

Sumber: Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel Coefficients^a dapat disusun regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,286 + 0,443X_1 + 0,719X_2 + E$$

Nilai konstanta sebesar 0,286 hal ini berarti bahwa pada saat X_1 dan X_2 sama

dengan Nol maka nilai kepuasan konsumen pada Clan Caffè Pamekasan sebesar 0,286. Koefisien Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,443 hal ini berarti bahwa bilamana variabel Kualitas Produk (X_1) dinaikkan satu satuan maka akan menaikkan kepuasan konsumen membeli pada Clan Caffè Pamekasan sebesar 0,719 apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dinaikkan satu satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen membeli pada Clan Caffè Pamekasan sebesar 0,719.

Pengujian Hipotesis

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya.

Pengujian Hipotesis dengan menggunakan Uji F

Hipotesis pada penelitian ini diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen membeli produk di Clan Caffè PamekasanPamekasan.

Tabel 12
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change
1	,741 ^a	,549	,534	,20428	,549	34,762	2	57	,000

a. Predictors: (Constant), X2 (Kualitas Pelayanan), X1 (Kualitas Produk)

Sumber: Data diolah (2023).

Hasil perhitungan R pada tabel di atas, yaitu menunjukkan gambaran pengaruh antara variabel bebas yang terdiri Kualitas Produk (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Nilai R sebesar 0,741 atau 74,1% yaitu menggambarkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat. Sedangkan nilai R squared atau determinan R sebesar 0,549 atau 54,9% pengaruh secara

simultan sedangkan sisanya (100% - 54,9% = 45,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau secara bersemasama variabel Kualitas Produk (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji F sebagai berikut:

Tabel 13
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,901	2	1,451	34,762	,000 ^b
	Residual	2,379	57	,042		
	Total	5,280	59			
Dependent Variabel: Y (Kepuasan Konsumen)						
Predictors: (Constant), X2 (Kualitas Pelayanan), X1 (Kualitas Produk)						

Sumber: Data diolah (2023).

Dari hasil perhitungan diperoleh F hitung 34,762 dan apabila dikonsultasikan dengan F tabel sebesar 3,16 jadi F hitung lebih besar dari pada F tabel. Maka hipotesa penulis bahwa diduga variabel Diatribusi (X_1) Kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dapat dibuktikan kebenarannya.

Pengujian Hipotesis Menggunakan Uji t
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 4,057 Kualitas Pelayanan (X_2) nilai hitung t sebesar 7,887. Dan kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,671 sehingga t hitung > t tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dibuktikan kebenarannya.

Dengan hasil perhitungan dengan menggunakan uji t ternyata dari dua variabel tersebut variabel Kualitas Pelayanan (X_2) nilai t nya paling besar.

Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) membeli produk di Clan Caffé Pamekasan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan, maka pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan variabel bebas yang terdiri dari faktor Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dengan nilai R sebesar 0,741 atau 74,1% yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat.
2. Nilai R squared atau determinan R sebesar 0,549 atau 54,9% berpengaruh secara simultan.

Sedangkan sisanya (100% - 54,9% = 45,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

3. Dari hasil perhitungan ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel Kualitas Pelayanan (X_2).

Saran

Dari kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Clan Cafe Pamekasan harus betul-betul memperhatikan Kualitas Produk yang dijual di Clan Caffé. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Produk ini memiliki pengaruh yang kurang berpengaruh dibandingkan dengan Kualitas Pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen membeli produk di Clan Caffé Pamekasan. Maka Clan Caffé Pamekasan diharapkan untuk meningkatkan Kualitas Produk.
2. Bagi penelitian selanjutnya, penulis menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian pada variabel yang lain

diluar Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Daga, S. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global-RCI. Sulawesi Selatan.
- Fajar, A., Fitriana, L. N. I., & Zainurrafiqi, Z. (2022). Analisis Urgensi Pendidikan Kewirausahaan, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Spritual Pemasaran Terhadap Kemampuan Pemasaran. *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, 16(02), 178-195.
- Firmansyah, A. M. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish. Yogyakarta.
- Gazali, G., & Zainurrafiqi, Z. (2023). The Effect of Green Entrepreneur Orientation on Network Resource Acquisition and Small and Medium Enterprises' Business Performance with Knowledge Transfer and Integration and Green Technology Dynamism as Moderator Variables. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(1), 136-153.
- Gazali, G., Sandi, K., & Lestari, Y. (2023). Job Autonomy, workload, job stress and Intention to Leave on Millennial: A Literature Review. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2).
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

- di De Mandailing Café Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Pers. Surabaya
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Café One Eighteenth Coffee. *Agora*, 6(1).
- Kunaifi, A. (2021). Quantitative Easing In Overcoming the Crisis: Criticism of Qe in the Monetary System Of Capitalism. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3703-3714.
- Kusumasasti, I., Andarwati, A., & Hadiwidjojo, D. (2017). Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan coffee shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123-129.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115-129.
- Maria, M Dan Anshri, MY. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. Vol 6. No. 1. Hal. 1-9
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, 6(2).
- Maulidah, I., Widodo, J. Dan Zulianto, M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Volume 13 Nomor 1. Hal. 26-29.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 313-318.
- Radjab, E. Dan Jam'an, A. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3. Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 126-135.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Pers. Malang.
- Siyoto, S. Dan Sodik, A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. Yogyakarta
- Slamet, A. S. (2019). 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.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap Garden Café koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 130-142.
- Trianah, L.,Pranitasari, D. Dan Siti Zahrani Marichs, S.Z. 2017.Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal STEI Ekonomi* Vol 26, No. 01. Hal. 105-122.
- Umami, R., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250-257.
- Zainurrafiqi, Z., & Rachmawati, R. (2018). Pengaruh Etika Bisnis, Faktor Kontingensi Dan Tingkat Penggunaan Internet Terhadap Daya Saing. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(4), 550-571.