



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(SURVEI PADA KONSUMEN MEULIGOE KUPI
ATJEH (MKA KUPI) BINJAI)**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Managemen Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

OLEH:

Nama: Hery Metta Ginting
Npm: 1515310647

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
PANCA BUDI
MEDAN
2022**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN MEULIGOE KUPI ATJEH (MKA KUPI) BINJAI)

NAMA : HERY METTA GINTING
N.P.M : 1515310647
FAKULTAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Manajemen
TANGGAL KELULUSAN : 07 September 2022

DEKAN

DIKETAHUI

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc. M.

YAYASAN PROF. DR. H. HADIRUN YAHYA

DISETUJUI

KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi., M.Si.

Annisa Sanny, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HERY METTA GINTING

NPM : 1515310647

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Meuligoe Kupa Atjeh (MKA Kupa) Binjai)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya tulis orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet dan media lain bagi kepentingan akademik.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Medan, Desember 2022



HERY METTA GINTING

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : HERY METTA GINTING
Tempat / Tanggal Lahir : Binjai / 13-05-1997
NPM : 1515310647
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : JL.Letnan Umar Baki

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 22 Desember 2022
uat pernyataan



HERY METTA GINTING

YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 22.0. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung atau konsumen Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, dan sample sebanyak 94 responden. Pengambilan data primer menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis diberikan kesehatan dan tambahan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S-1) Program Study Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Judul yang penulis ajukan adalah: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN MEULIGOE KUPI ATJEH (MKA KUPI) BINJAI).”**

Penulis sangat menyadari dalam proses penyusunan karya ini, banyak kendala dan kesulitan yang diakibatkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., CIQnR., CIMMR. Selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
5. Ibu Annisa Sany SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

6. Kepada Owner dan seluruh staf Meulige Kupa Atjeh (MKA) Binjai yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Kedua Orang tua yang secara finansial mendukung hingga penulis dapat mencapai titik ini.



Medan,

2022

Penulis

Hery Metta Ginting

1515310647

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar belakang masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi dan Batasan masalah | 2 |
| 1. Identifikasi masalah..... | 2 |
| 2. Batasan masalah | 3 |
| C. Rumusan masalah | 3 |
| D. Tujuan dan manfaat | 3 |
| 1. Tujuan penelitian..... | 3 |
| 2. Manfaat penelitian..... | 4 |
| E. Keaslian penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II LANDASAN PUSTAKA | 7 |
| A. Landasan teori..... | 7 |
| 1. Kepuasan Konsumen..... | 7 |
| a. Defenisi Kepuasan Konsumen | 7 |
| b. Indikator Kepuasan Konsumen | 8 |
| c. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen | 9 |
| d. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen | 9 |
| 2. Kualitas Produk | 10 |
| a. Defenisi Kualitas Produk | 10 |
| b. Dimensi Kualitas Produk..... | 11 |
| c. Pentingnya Kualitas Produk | 14 |
| d. Indikator Kualitas Produk | 15 |
| 3. Kualitas Pelayanan | 16 |
| a. Defenisi Kualitas Pelayanan..... | 16 |
| b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan | 17 |
| c. Indikator Kualitas Pelayanan | 20 |
| B. Penelitian sebelumnya | 21 |
| C. Kerangka konseptual..... | 23 |
| D. Hipotesis | 25 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 26 |
| A. Pendekatan penelitian | 26 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 26 |
| 1. lokasi Penelitian | 26 |
| 2. Waktu Penelitian | 26 |
| C. Defenisi Oprasional Variable..... | 27 |
| 1. Variabel Penelitian | 27 |

| | |
|--|-----------|
| D. Populasi dan sampel | 28 |
| 1. Populasi | 28 |
| 2. Sampel | 28 |
| E. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| 1. Jenis Data | 29 |
| 2. Sumber Data..... | 29 |
| F. Teknik pengumpulan data..... | 29 |
| G. Teknik Analisis Data | 30 |
| 1. Uji Kualitas Data | 30 |
| a. Uji Validitas | 30 |
| b. Uji Reliabilitas | 30 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 30 |
| a. Uji Normalitas | 30 |
| b. Uji Multikolinieritas | 31 |
| c. Uji Heterokedastisitas | 32 |
| 3. Regresi Linier Berganda | 33 |
| 4. Uji Hipotesis | 33 |
| a. Uji t | 33 |
| b. Uji F | 34 |
| 5. Koefisien Determinasi (R ²) | 35 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 36 |
| A. Hasil Penelitian | 36 |
| 1. Sejarah Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai..... | 36 |
| 2. Visi dan Misi Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai..... | 37 |
| 3. Struktur Organisasi Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai | 37 |
| 4. Karakteristik Responden | 38 |
| 5. Analisis Deskriptif (Distribusi Penilaian Responden) | 40 |
| a. Kualitas Produk (X1)..... | 40 |
| b. Kualitas Pelayanan (X2)..... | 48 |
| c. Kepuasan Konsumen (Y) | 55 |
| 6. Teknik Analisi Data | 60 |
| a. Uji Kualitas Data | 61 |
| 1) Uji Validitas..... | 61 |
| 2) Uji Reliabilitas | 63 |
| 7. Uji Asumsi Klasik | 65 |
| a. Uji Normalitas | 65 |
| b. Uji Multikolinieritas | 67 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 67 |
| 8. Regresi Linier Berganda..... | 68 |
| 9. Uji Hipotesis..... | 69 |
| a. Uji t (Uji Parsial) | 69 |
| b. Uji F (Uji Simultan)..... | 70 |
| c. Determinasi (R ²) | 71 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian | 72 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| A. Kesimpulan | 76 |

B. Saran 77

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

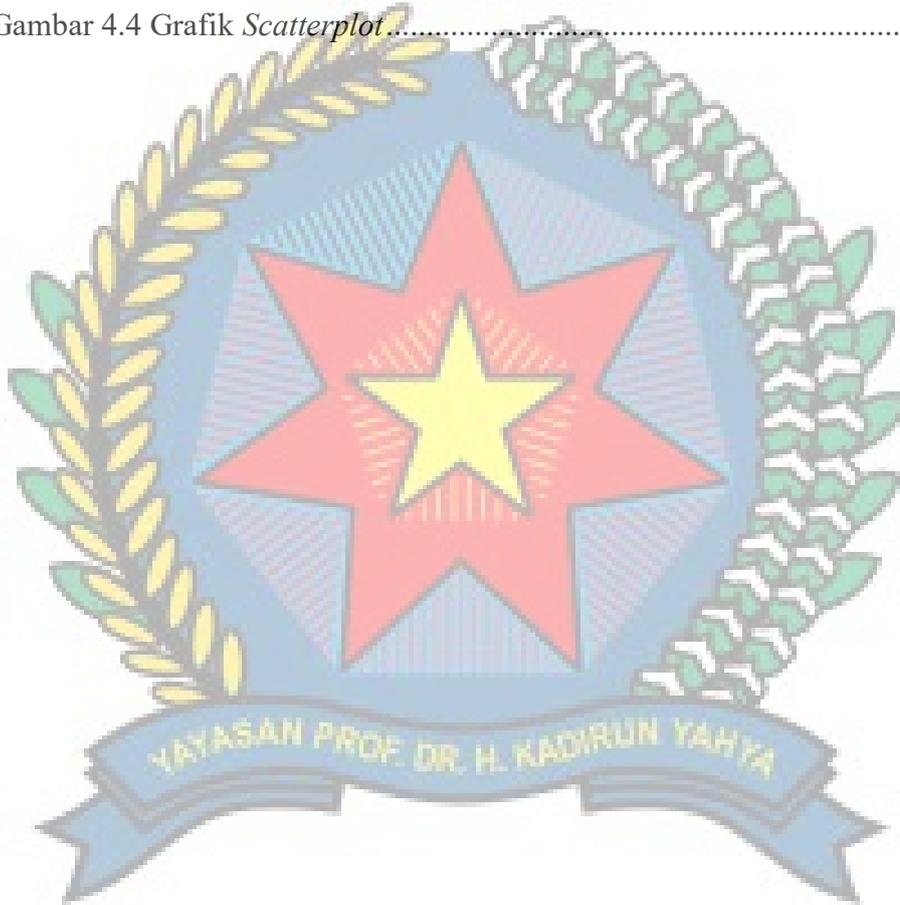


DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya..... | 21 |
| Tabel 3.1 Skedul proses penelitian..... | 26 |
| Tabel 3.2 Oprasionalisasi variable | 27 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 38 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 38 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 39 |
| Tabel 4.5 Kategori Penilaian Rata-Rata Jawaban Responden | 40 |
| Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Indikator Kinerja | 41 |
| Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Indikator Keistimewaan tambahan.... | 42 |
| Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Indikator Keandalan | 43 |
| Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Indikator Kesesuaian dengan spesifikasi..... | 44 |
| Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Indikator Daya tahan | 45 |
| Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Indikator Estetika | 47 |
| Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Indikator Bentuk fisik..... | 48 |
| Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Indikator Keandalan | 50 |
| Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Indikator Ketanggapan | 51 |
| Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Indikator Jaminan dan kepastian | 52 |
| Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Indikator Perhatian yang tulus..... | 54 |
| Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Indikator Perasaan Puas | 55 |
| Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Indikator Selalu Membeli Produk | 57 |
| Tabel 4.19 Penilaian Responden Terhadap Indikator Akan Merekomendasikan kepada orang lain | 58 |
| Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Indikator Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk..... | 59 |
| Tabel 4.21 Uji Validitas (X1) Kualitas Produk..... | 61 |
| Tabel 4.22 Uji Validitas (X2) Kualitas Pelayanan | 62 |
| Tabel 4.22 Uji Validitas (Y) Kepuasan Konsumen | 62 |
| Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)..... | 63 |
| Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)..... | 64 |
| Tabel 4.25 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen | 64 |
| Tabel 4.26 Hasil <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> | 65 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinieritas | 67 |
| Tabel 4.28 Regresi Linier Berganda | 69 |
| Tabel 4.29 Hasil pengujian Hipotesis secara parsial (Uji t)..... | 70 |
| Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F) | 71 |
| Tabel 4.31 Koefisien Determinasi (R ²) | 71 |
| Tabel 4.32 Tipe hubungan pada Uji determinasi | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka konseptual | 25 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai . | 37 |
| Gambar 4.2 Curva Histogram | 65 |
| Gambar 4.3 P-P <i>Plot of Regression Standarized Residual</i> | 66 |
| Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i> | 68 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Quisioner

Lampiran 2. Exel Quisioner



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu sampai sekarang kopi dipercaya dapat menghilangkan kantuk, maka dari itu banyak orang suka minum kopi pada saat ingin bergadang atau saat sekedar berkumpul bersama teman-teman. Setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk menikmati kopi, cara tersebut dapat dengan memilih *coffee shop* yang indah dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di *coffee shop* yang mewah itu, disamping itu ada yang memilih cara menikmati kopi di warung kopi biasa dengan harga yang relatif murah tetapi memberikan kepuasan rasa kopi yang dinikmatinya.

Hal ini tentunya menjadi sebuah peluang usaha bagi Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI) Binjai untuk membuat *coffee shop*. Tentu ini menjadi penarik perhatian terlebih letaknya berada di lokasi yang strategis dan banyak dilewati transportasi umum, seiring berjalannya waktu peluang ini banyak dimanfaatkan oleh pihak lain juga dan persaingan menjadi semakin ketat. Oleh sebab itu kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang sangat di perhatikan, untuk mempertahankan kepuasan konsumen kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor pendukung penting.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan produk yang diberikan oleh Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI) Binjai sudah optimal, atau masih ada yang perlu dimodifikasi.

Menurut Irawan (2011:110) “kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari kosumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.” Menurut Tjiptono (2015:105) “kualitas prouduk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.” Menurut Rahmayanty (2011:63) “kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”.

Dari penjelasan di atas penulis menyimpulkan kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah faktor terbesar dalam menentukan kepuasan pelanggan, sehingga penulis merasa perlu melakukan penelitian lebih dalam lagi agar tingkat kepuasan pelanggan Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai, bisa lebih meningkat lagi sehingga mampu bersaing dengan warung kopi yang lainnya.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dibahas di atas maka dirumuskan identifikasi masalah guna memudahkan pembahasan penelitian tersebut. Identifikasi masalah antara lain:

- a. Tidak banyak pelanggan tetap berkunjung ke Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
- b. Kopi yang disediakan di Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai mempunyai rasa dan tampilan yang sama dengan *Coffe Shop* lainnya.
- c. Konsumen harus menunggu lama saat memesan kopi.

2. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang dikemukakan di atas diperoleh gambaran dimensi permasalahan yang begitu luas. Namun, menyadari adanya keterlibatan dana, waktu dan kemampuan maka penulis memandang perlu memberi batasan masalah secara jelas dan terfokus. Selanjutnya salah satu yang menjadi objek penelitian dibatasi hanya pada masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ditetapkan di atas, selanjutnya perumusan masalah dalam penelitian ini diajukan dengan pertanyaan penelitian (*research questions*) sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe KUPI Binjai.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe KUPI Binjai.
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe KUPI Binjai.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, lebih menambah wawasan tentang bagaimana cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar bisa mempertahankan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, sebagai Langkah untuk lebih memajukan usaha yang sudah di bangun dan dapat bermanfaat bagi kelangsungan peningkatan kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
- c. Digunakan sebagai bahan penelitian sebelumnya oleh penulis lain pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan adaptasi penelitian yang dilakukan oleh Prita Saraswati, Srikandi Kumadji, Yusri Abdillah (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan coffee shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur)”. Sedangkan penelitian ini berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada konsumen Meuligoe KUPI Binjai) (MKA KUPI) Binjai).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada:

1. **Variable penelitian:** penelitian terdahulu menggunakan 2 (dua) variable bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan serta 2 (dua) variable terikat yaitu kepuasan dan loyalitas pelanggan coffee shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur. Sedangkan penelitian ini menggunakan 2 (dua) variable bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, 1 (satu) variable terikat yaitu kepuasan konsumen Meuligoe KUPI Binjai (MKA KUPI) Binjai.
2. **Jumlah observasi/ sampel (n):** penelitian terdahulu menggunakan sampel berjumlah 50 responden. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 94 responden.
3. **Waktu penelitian:** penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2014 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.
4. **Metode penelitian:** penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Adapun

masalah yang dapat diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif ini mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif (perbandingan), serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional (hubungan) antara satu unsur dengan unsur lainnya. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda yang artinya adalah salah satu metode analisis statistik yang membahas hubungan dari dua variabel yaitu satu variabel X dan satu variabel Y.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Definisi Kepuasan

Menurut Tjiptono (2015:126) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menurut Mowen (2012:115) “kepuasan pelanggan merupakan disparitas antara apa yang dibutuhkan konsumen dan nilai berdasarkan apa yang diberikan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan mereka.”

Menurut Kotler (2016:135) “kepuasan adalah jumlah atribut dari produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:67) “Kepuasan pelanggan adalah tingkatan sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Apabila kinerja produk jasa lebih kecil dari harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Dan apabila kinerja yang dihasilkan melebihi dari yang harapan, maka konsumen akan merasa puas dan senang”. Menurut Siagian (2012:46) “Pada dasarnya kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen tergantung pada produk yang dikonsumsi dan pelayanan yang diterimanya.” Menurut Irawan (2011:110) “Kepuasan pelanggan merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.”

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen merupakan hasil perbandingan konsumen yang sesuai setelah membandingkan kinerja dengan harapannya.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Irawan (2011:112) adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Perasaan puas, dalam arti puas akan produk dan pelayanannya yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
- 2) Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan.

c. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2011:51) “terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu: Loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama”.

- 1) Loyal terhadap produk. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.
- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Menurut Irawan (2011:37) kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

- 1) Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan yaitu bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
- 3) Emosional yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5) Kemudahan yaitu pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisiensi dalam mendapatkan produk tersebut.

2. Kualitas Produk

a. Defenisi kualitas produk.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:48) “kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk”. Menurut Harjanto (2011:97) “kualitas produk adalah objek berwujud atau tidak berwujud yang dapat dibeli orang”.

Menurut Gaspersz (2012:31) “kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau diterapkan”. Menurut Kotler dan Keller (2016:139) “kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Menurut Nasution (2011:106) “Kualitas produk adalah kesesuaian penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen”. Menurut Tjiptono (2015:105) “kualitas prouduk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa bahwa produk tersebut sesuai atau bahwa produk tersebut memenuhi keinginan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhannya .

b. Dimensi kualitas produk

Menurut Gaspersz (2012:27) “menjelaskan bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi 8 dimensi, yang terdiri dari :

- 1) Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya. *Performance* sebuah produk merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada konsumen. Tingkat pengukuran *Performance* pada dasarnya mengacu pada tingkat karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebuah produk

dikatakan memiliki *Performance* yang baik bilamana dapat memenuhi harapan. Bagi setiap produk/jasa, dimensi *performance* bisa berlainan, tergantung pada functional value yang dijanjikan oleh perusahaan. Untuk bisnis makanan, dimensi performance adalah rasa yang enak.

2) Keandalan (*reliability*) yaitu tingkat kendalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. *reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *reliability* yang tinggi bilamana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. Dimensi *performance* dan *reliability* sekilas hampir sama tetapi mempunyai perbedaan yang jelas, *reliability* lebih menunjukkan probabilitas produk menjalankan fungsinya.

3) Keistimewaan tambahan (*feature*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada titik tertentu, *performance* dari setiap merek hampir sama tetapi justru perbedaannya terletak pada fiturnya. Ini juga mengakibatkan harapan konsumen terhadap dimensi *performance relatif homogen* dan harapan terhadap fitur relatif heterogen.

4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi

sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *Conformance* sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan konsumen.

5) Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal.

6) Kemampuan melayani (*service ability*) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya bilamana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

7) Estetika (*Aesthetics*) yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya *Aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga kinerja sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan konsumen.

8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu kualitas yang dirasakan, bila mana diterapkan pada pengukuran kualitas produk maka *perceived quality* merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah produk.

c. Pentingnya Kualitas Produk

Menurut Rusel dalam Ariani (2011:67) mengidentifikasi tujuh peran pentingnya kualitas produk, yaitu:

- 1) Meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat.
- 2) Menurunkan biaya. Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada (*customer satisfaction*), yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.
- 3) Meningkatkan pangsa pasar. Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.
- 4) Dampak internasional. Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal dipasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional.
- 5) Adanya tanggung jawab produk. Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab

terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- 6) Untuk penampilan produk. Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.
- 7) Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting. Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.

d. Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator-indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut Tjiptono (2015:96) adalah:

- 1) Kinerja (*Performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli.
- 2) Keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*Durability*) yaitu ketahanan produk tersebut dapat digunakan.
- 6) Estetika (*Asthetic*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

3. Kualitas Pelayanan

a. Defenisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Menurut Tjiptono (2015:284) “kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”.

Menurut Kotler (2011:69) “kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain”. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Rahmayanty (2011:63) “kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”. Menurut Supranto (2011:226) “kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah Tindakan”. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketinggian standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan.

b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2015:257) “faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah kinerja yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi/pendapat kinerja (*perceived service*). Apabila persepsi pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan bersangkutan akan dinilai baik dan positif. Jika persepsi terhadap layanan melebihi apa yang diharapkan pelanggan maka kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya apabila persepsi pelayanan lebih buruk dibandingkan dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut buruk”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, Tjiptono (2015:250) “mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat memperlancar dan menghambat pelayanan yang berkualitas”, yaitu:

- 1) Sumber Daya Manusia. Sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang paling penting dalam kemajuan suatu perusahaan. SDM (sumber daya manusia) sangat berpengaruh bagi kualitas pelayanan suatu perusahaan, sebab jika suatu SDM tidak memiliki kompetensi dan pengetahuan yang tinggi, dapat menyebabkan buruknya kualitas

pelayanan, dan sebaliknya, jika SDM/karyawan memiliki kompetensi dan pengetahuan tinggi, hal tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan asalkan pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan tugas yang diberikan. Karyawan harus memiliki keterampilan dan pengetahuan teknis yang diperlukan untuk menjalankan tugas sesuai dengan posisi atau jabatannya. Setiap karyawan diharapkan memiliki kesempatan untuk berkembang dalam perusahaan.



Karyawan merupakan bagian paling berpengaruh demi kemajuan perusahaan, diantara beberapa bagian yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang berasal dari karyawan ialah: deskripsi pekerjaan (kejelasan pekerjaan suatu karyawan), rekrutmen dan seleksi karyawan (merekut karyawan yang memiliki potensi, pengetahuan dan kemampuan teknis), pelatihan dan pengembangan (mengadakan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan potensi dan pengetahuan karyawan), sistem kompensasi (untuk memperhitungkan besarnya imbalan atau balasan jasa karyawan), jalur karir (tahap-tahap pekerjaan karyawan).

- 2) Organisasi/Struktur. Dalam suatu perusahaan karyawan harus memiliki koordinasi dan pembauran hingga menjadi satu kesatuan yang utuh dan menjalankan upaya pelayanan terhadap pengguna jasa sesuai dengan tugas dan fungsinya secara tersusun yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Organisasi merupakan suatu wadah yang didalamnya para anggota organisasi harus melakukan dan megupayakan apa yang menjadi visi dan misi organisasi secara bersama-sama dan

mencapai suatu tujuan bersama. Dalam mencapai hal tersebut, dibutuhkan kerjasama antar anggota organisasi khususnya pegawai perusahaan yang melayani publik dan memiliki struktur pekerjaan yang jelas. Jika pegawai suatu perusahaan tidak menjalankan tugas dan fungsi secara terstruktur, maka perusahaan tersebut dapat menghambat suatu pelayanan yang berkualitas.

- 3) Pengukuran. Pengukuran merupakan pengevaluasian kinerja dan pemantauan keluhan dan kepuasan pelanggan. Jika evaluasi suatu kinerja menghasilkan kesesuaian antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka pelayanan yang diberikan berkualitas, jika hasil evaluasi tidak menunjukkan adanya kesetaraan antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut buruk.
- 4) Pendukung sistem. Pendukung sistem juga dapat memperlancar dan sekaligus menghambat layanan yang berkualitas. Misalnya pada perangkat komputer, jika didalam penggunaan komputer tersebut terjadi kesalahan yang datang baik dari pihak pengguna maupun komputer itu sendiri, maka hal tersebut dapat memperlambat pelayanan dan membuat pelayanan menjadi buruk.

Dengan adanya sistem komputer yang lancar tanpa gangguan dan *database* yang mendukung, suatu perusahaan akan lebih mudah memberi layanan kepada pengguna jasa, sebab segala bentuk data pelayanan akan tersusun dalam sistem database secara praktis tanpa harus menyimpan secara manual. Beberapa alat pendukung sistem misalnya: *internet banking*, *customer care online* dan sebagainya.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Rahmayanty (2011:64) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) Bentuk fisik (*Tangibles*). Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekstensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan pra sarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik seperti suasana ruangan kantor, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan teknologi serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*Reability*). Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*). Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*). Yaitu pengetahuan, koresponden, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.
- 5) Perhatian yang tulus (*Empathy*). Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupa memahami keinginan konsumen, dimana suatu

perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

B. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

| Peneliti / tahun | Judul penelitian | Variabel bebas | Variabel terikat | Model analisis | Hasil penelitian |
|---|--|---|----------------------------------|--------------------------|--|
| Prita Saraswati, Srikandi Kumadji, Yusri Abdillah. (2014) | Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan coffee shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur) | Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan | Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. |
| Nur Siti Rahayu (2018) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Jambo Kupa Pasar Minggu Jakarta. | Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk | Kepuasan Konsumen | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. |
| Manshur Yahya (2009) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Espresso Bar Solo tahun 2008. | Kualitas produk dan kualitas pelayanan barista. | Kepuasan konsumen | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen. |

| | | | | | |
|---|---|---|----------------------------------|---|--|
| Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati (2014) | pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Study pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang) | Kualitas produk dan kualitas pelayanan . | Kepuasan pelanggan | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. |
| Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. | Kualitas produk dan kualitas pelayanan . | Kepuasan pelanggan | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. |
| Abdul Basith, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat (2014) | pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang) | Kualitas produk dan kualitas pelayanan . | Kepuasan pelanggan dan loyalitas | Analisis deskriptif dan analisis jalur. | Hasil yang diperoleh terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. |
| Heny Rohaeni dan Nisa Marwa (2018) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. | Kualitas produk dan kualitas pelayanan . | Kepuasan pelanggan | Regresi Linier | Hasil yang diperoleh ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. |
| Johanes Gerardo Runtuuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh. (2014) | Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado. | Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan . | Kepuasan | Regresi Linier Berganda. | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan. |

| | | | | | |
|---------------------------|--|-------------------------------|--------------------|---------------------|--|
| Ade Syarif Maulana (2016) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. | Kualitas pelayanan dan harga. | Kepuasan pelanggan | Statistik Asosiatif | Hasil yang diperoleh secara parsial maupun secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. |
|---------------------------|--|-------------------------------|--------------------|---------------------|--|

Sumber: Penulis 2022

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu penting. Kemudian menganalisis dan memecahkan masalah yang diajukan oleh penelitian. Kerangka cara berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Lupyoadi (2014:158) menyatakan bahwa “pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”. Kotler dan Armstrong (2015:74) “tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi”. Menurut Sari (2011:14) “Kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk bisa tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan, kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya, hal ini karena pada bisnis jasa sejenis restoran, kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan”. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler (2011:49) “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Jika sesuatu yang mempunyai nilai lebih dan mempunyai daya tarik yang berbeda maka bias dikatakan sesuatu tersebut mempunyai nilai lebih dibandingkan tempat lain dan mempunyai kemampuan yang baik dalam melakukan pelayanan, maka tempat tersebut akan menjadi tempat pelayanan jasa yang berkualitas bagi pelanggan.

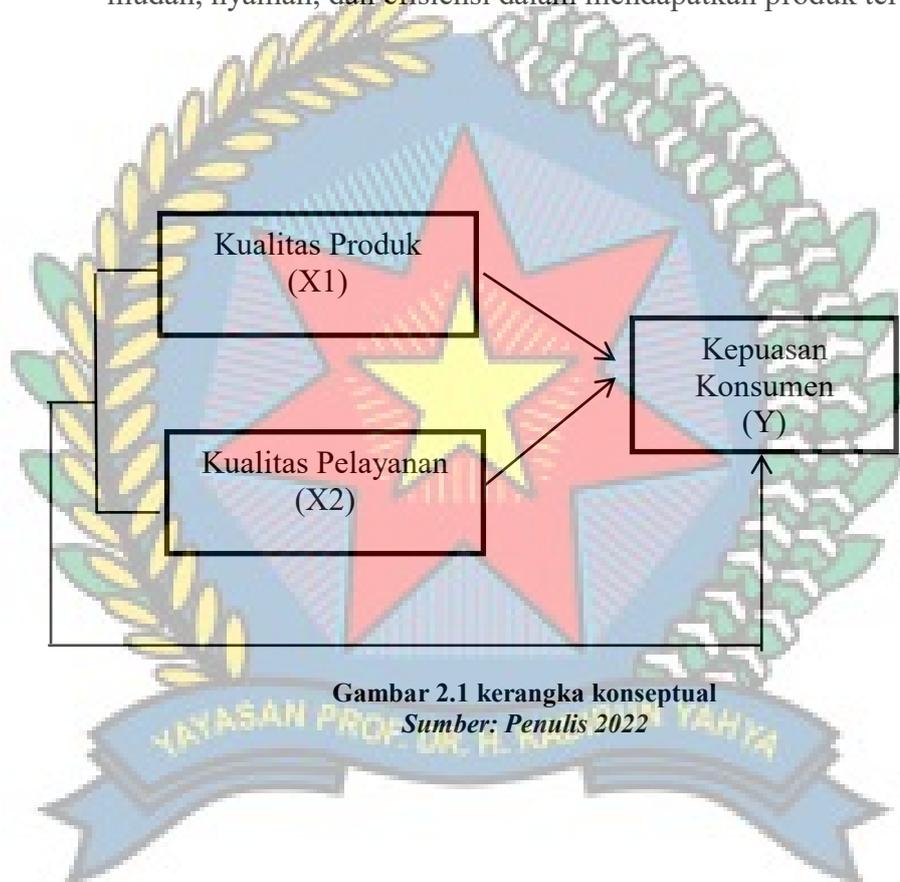
Menurut Hidayat (2011:59) “Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi”. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Irawan (2011:126) “mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut”:

- a. Kualitas produk yaitu konsumen puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga yaitu untuk konsumen yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena konsumen akan mendapatkan nilai uang (*value for money*) yang tinggi.

- c. *Service quality* yaitu kepuasan terhadap kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan seperti yang diharapkan.
- d. *Emotional factor* yaitu konsumen akan merasa puas atau bangga karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan yaitu konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisiensi dalam mendapatkan produk tersebut.



Gambar 2.1 kerangka konseptual
Sumber: Penulis 2022

D. Hipotesis

Menurut Rusiadi (2013:74) “mengemukakan bahwa hipotesis masih merupakan pendapat atau kesimpulan sementara”. Atas dasar pemikiran di atas, penulis mengajukan hipotesis menjadi berikut:

1. Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
3. Diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Prof. Dr. MARIHOT MANULLANG Dan Drs. MANUNTUN PAKPAHAN, MM. (2014:19). "Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel lain yang menjadi variabel terikat". Penelitian ini membahas Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada konsumen Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI) Binjai).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dilakukan di Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI) Binjai yang terletak di Jl. Soekarno Hatta, Tunggurono, Kec. Binjai Timur, Kota Binjai,

2. Waktu Penelitian

Dilakukan mulai dari bulan November 2020 sampai dengan September 2022 dengan format sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skedul proses penelitian

| No | Aktivitas | Bulan/ Tahun | | | | | | | | | | | |
|----|----------------------------|---------------|---|---|---------------|---|---|--------------|---|---|----------------|---|---|
| | | November 2020 | | | Desember 2020 | | | Januari 2021 | | | September 2022 | | |
| | Riset awal/pengajuan judul | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| | Penyusunan proposal | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| | Seminar proposal | | | | | | | | ■ | | | | |
| | Perbaikan Acc proposal | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Pengolahan data | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Penyusunan skripsi | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |
| | Meja hijau | | | | | | | | | | | ■ | ■ |

Sumber: Penulis 2022

C. Defenisi Operasional

Defenisi oprasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel dapat diukur secara oprasional di lapangan.

1. Variabel Penelitian.

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X^1) dan Kualitas Pelayanan (X^2), 1 (satu) variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3.2 Oprasionalisasi Variabel

| Variabel | Defenisi | Indikator | Skala |
|------------------------------|--|--|--------|
| Kualitas Produk (X^1) | Mengatakan: Perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Tjiptono (2015:105) | 1) Kinerja (<i>Performance</i>) 2) Keistimewaan (<i>feature</i>) 3) Keandalan (<i>reliability</i>) 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 5) Daya tahan (<i>durability</i>) 6) Estetika (<i>Eastherics</i>) Tjiptono (2015:96) | Likert |
| Kualitas Pelayanan (X^2) | Mengatakan: “kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”. Rahmayanty (2010:63) | 1) Bentuk fisik (<i>Tangibles</i>). 2) Keandalan (<i>Reability</i>). 3) Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>). 4) Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>). 5) Perhatian yang tulus (<i>Empathy</i>). Rahmayanty (2010:64) | Likert |
| Kepuasan Konsumen (Y^1) | Mengatakan: “kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari kosumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Irawan (2008:110) | 1) Perasaan Puas 2) Selalu membeli produk . 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Irawan (2008:112) | |

Sumber: Penulis 2022

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2015:75) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini seluruh konsumen Meuligoe kupa atjeh (MKA KUPI) Binjai, dengan perkiraan perhari 49 konsumen × 30 hari = 1470 konsumen.

2. Sampel

Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sugiyono (2015:73) Pengambilan sampel dengan *accidental sampling* yaitu dengan cara mencari objek yang diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sebagai sampel. Sampel di dalam penelitian ini dengan *nonprobability* melalui *accidental sampling*, yaitu konsumen yang kebetulan berkunjung untuk berbelanja. Penelitian ini melalui rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

$$n = \frac{1470}{1 + 1470 (0.01)}$$

$$n = \frac{1470}{15,7}$$

$$n = 93,63 \text{ atau } 94 \text{ konsumen}$$

Keterangan:

n = Ukuran/besarnya sampel

n = Ukuran/besarnya populasi

e = Preposisi 10%

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Data primer merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul data dan sumber data Sugiyono (2015:46). Data primer ini diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan atau kuesioner.

2. Sumber data

Sumber data di dalam penelitian ini diperoleh dari hasil angket dengan konsumen Meuligoe kupa atjeh (MKA KUPI) Binjai.

F. Teknik Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Angket (*questionnaire*), daftar pertanyaan/pernyataan yang dijawab atau diisi oleh responden. Teknik pengumpulan data ini menggunakan skala likert.
- 2) Wawancara yang dilakukan pihak yang berwenang untuk memberikan keterangan dan informasi sesuai yang dibutuhkan peneliti.
- 3) Dokumentasi yaitu seperti sejarah singkat perusahaan, visi-misi perusahaan dan lain sebagainya.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

“Pengujian validitas setiap butir pertanyaan/ Pernyataan digunakan analisis atas pertanyaan, yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah setiap skor butir” Sugiyono dalam Rusiadi, Subiantoro, Hidayat. (2014:113). “Syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pertanyaan valid atau tidak, dengan membandingkan r -kritis = 0,30” Sugiyono dalam Rusiadi, Subiantoro, Hidayat. (2014:113). Jadi kalau korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Setiap butir kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban yang diberikan oleh responden terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak yaitu dengan menggunakan *alpha cronbach*. “Kuesioner dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 “ Ghozali dalam Rusiadi (2014:115).

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis untuk diperoleh perkiraan yang tidak bias dan demi efisiensi maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen

dan independen berdistribusi normal atau tidak. Jika data yang di dapat ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis non parametrik dapat digunakan termasuk model-model regresi. Mendekati apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan melalui:

1) *Histogram Normal Curve*, normalitas data bila dilihat dari car aini dapat ditentukan berdasarkan bentuk gambar kurva. Data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung imbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan, dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.

2) Uji *P-Plot*, uji normalitas dapat dilihat dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada *P-Plot of Regresion Standarized Residual* melalui SPSS versi 22.0. dimana:

a) Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

3) Uji *Kolmogrof Smirnov* (K-S), dilakukan untuk mengetahui data normal atau tidak, dapat diluhut dari nilai profitabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai K-S adalah (Asymp. Sig (2 Tailed) > (α) 0,05).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas

yang harus di atasi. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *program software Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 22.0 untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Pengertian sederhananya bahwa setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. "*Tolerance* mengukur variabel-variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor*) < 5 dan nilai *Tolerance* > 0.13 " (Hines dan Montgomery dalam Manullang dan Pakpahan, 2014:194).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas berguna untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scartterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZRESID). "Salah satu cara untuk menentukan adanya heterokedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu. Apabila pada grafik titik–titik membentuk suatu pola tertentu, maka telah terjadi heterokedastisitas, dan apabila polanya acak serta tersebar secara terus menerus bergeser menjauhi garis nol, maka tidak terjadi heterokedastisitas" (Umar, 2010:82). Selanjutnya proses pengolahan uji heterokedastisitas menggunakan bantuan *software Statistical Product and*

Service Solusion (SPSS) versi 22.0.

3. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*Dependen Variable*)

X1 = Kualitas Produk (*Independent Variable*)

X2 = Kualitas Pelayanan (*Independent Variable*)

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

ϵ = *Error Term*/Tingkat Kesalahan

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t berguna untuk menguji pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variable dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait dengan taraf signifikan 5% (Kuncoro dalam Rusiadi, Subiantoro, Hidayat, 2013:279). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak (H_a diterima).
- 2) $H_0: \beta_i = 0$, tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas

terhadap variabel terikat.

3) $H_0: \beta_i = 0$, ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

4) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima.

Rumus Uji t adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \text{ dengan } dk = n - 2$$

Keterangan:

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

b. Uji F

Uji^F menguji pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah :

1) Terima H_0 (tolak H_i), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $\text{sig } F > \alpha 5\%$

2) Tolak H_0 (terima H_i), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $\text{sig } F < \alpha 5\%$

Rumus Uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - 1 - K)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi berganda di kuadratkan

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variable bebas

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi ini ditujukan untuk menunjukkan mana kontribusi variable bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variable terikatnya. Dengan rumus determinasi: $R^2 \times 100\%$.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai adalah salah satu *Cofee Shop* yang terletak di kota Binjai, dengan disain tempat yang cocok untuk kalangan muda Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai menarik banyak perhatian dari pecinta kopi. Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai pertama kali berdiri pada tanggal 8 Oktober 2018, awal mula berdirinya Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai ini berasal dari ide dua bersaudara yaitu Gusti dan Reza. Mereka membuat ide untuk membuka sebuah *Cofee Shop* dan kebetulan ide mereka juga sangat di dukung oleh kedua orang tua mereka, sehingga mereka memutuskan mencari lokasi yang cocok terlebih dulu untuk membuka cofee shop tersebut dan setelah mensurvei di berbagai lokasi jatuhlah pilihan mereka di JL. Soekarno Hatta Km. 19,7 Binjai. Lokasi yang strategis dan banyak dilalui banyak orang yang paling utama banyak di lalui oleh berbagai alat transportasi sehingga lebih memudahkan konsumen untuk menuju ke lokasi tersebut.

Nama Meligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai di ambil dari kata Aceh (Meuligoe) yang artinya pendopo, setiap daerah mempunyai pendopo seperti Meuligoe Bupati Banda Aceh, Meuligoe Bupati Pidie Jaya dan lain sebagainya. Kata Meuligoe ini juga kalau diarahkan ke bahasa Melayu (Maligai) artinya pertemuan, rapat atau tempat singgah.

2. Visi dan Misi Meuligoe KUPI Binjai.

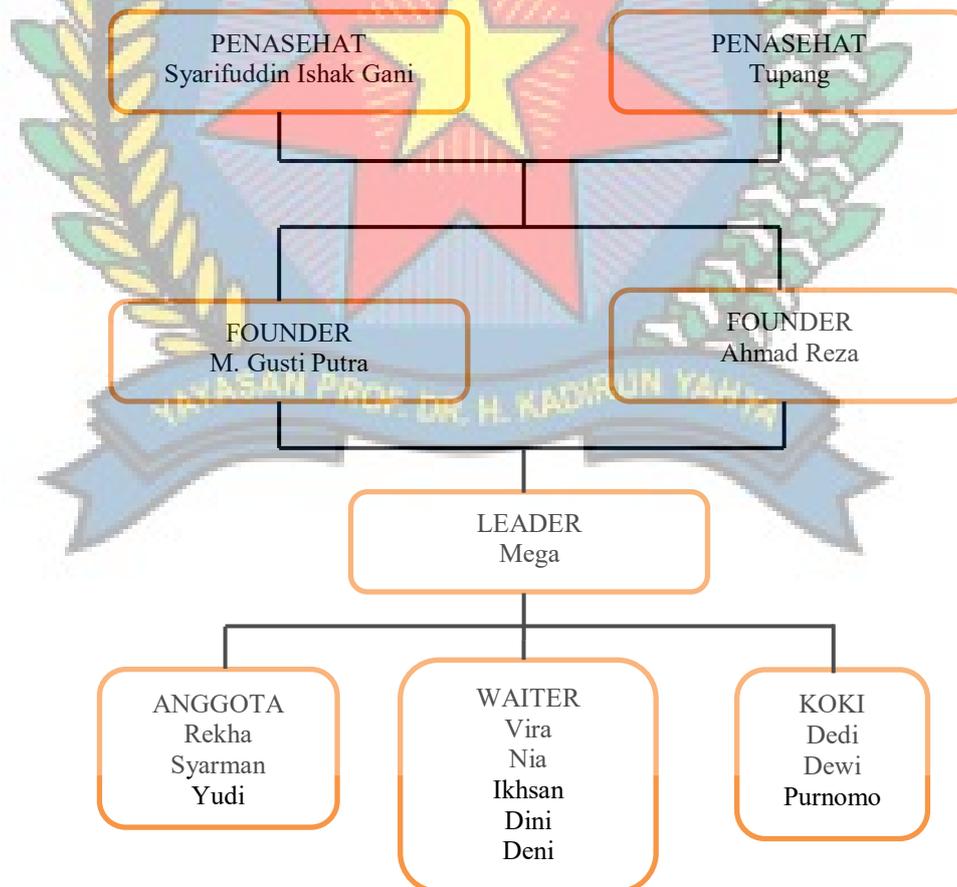
a. Visi

“Menjadi Café yang dapat berkembang dan digemari masyarakat.”

b. Misi

- 1) Mempunyai pelayanan terbaik.
- 2) Menjadikan café yang mempunyai makan dan minuman yang baik dan lezat
- 3) Menjadikan café Meligoe KUPI Binjai tempat para komunitas dan tim creativ.

3. Struktur Organisasi Meuligoe KUPI Binjai.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Meuligoe KUPI Binjai
 Sumber: Meuligoe KUPI Binjai

4. Karakteristik Responden

Didapatkan dari hasil kuesioner yang sudah diisi oleh 94 responden. Karakteristik responden merupakan gambaran dari keberadaan responden di tempat penelitian. Karakteristik tersebut di ambil dari seluruh konsumen Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Karakteristik | | Jumlah | % |
|---------------|-------------|--------|-----|
| Usia | 20 - 30 Thn | 43 | 46 |
| | 31 - 49 Thn | 39 | 41 |
| | > 50 Thn | 12 | 13 |
| Jumlah | | 94 | 100 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 dari 94 responden, sebagian besar responden berusia 20 hingga 30 tahun atau 43 responden (46%), dan 39 responden (41%) berusia 31 hingga 49 tahun. Selain itu, lebih dari 12 responden berusia di atas 50 tahun (13%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| Karakteristik | | Jumlah | % |
|---------------|---------|--------|-----|
| Pendidikan | SMA | 65 | 69 |
| | Sarjana | 29 | 31 |
| Jumlah | | 94 | 100 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 94 responden yang tertinggi adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebanyak 65 responden (69%),

diikuti responden yang berpendidikan sarjana yaitu sebanyak 29 responden (31%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Karakteristik | | Jumlah | % |
|---------------|-------------|--------|-----|
| Jenis Kelamin | Laki – Laki | 62 | 66 |
| | Perempuan | 32 | 34 |
| Jumlah | | 94 | 100 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 94 responden yang tertinggi adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 62 responden (66%), sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 32 responden (34%). Tabel ini menggambarkan bahwa konsumen Meuligoe KUPI Binjai, antara jenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan perempuan adalah lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

| Karakteristik | | Jumlah | % |
|-------------------------|-----------------------------|--------|-----|
| Pendapatan setiap bulan | Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 | 34 | 36 |
| | Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 | 46 | 49 |
| | Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 | 14 | 15 |
| Jumlah | | 94 | 100 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 94 responden yang tertinggi adalah responden yang berpendapatan Rp2.000.000,- sampai Rp 3.000.000,- yaitu sebanyak 46 responden (49%), responden yang berpendapatan Rp 1.000.000,- sampai Rp 2.000.000,- yaitu sebanyak 34 responden (36%) sedangkan responden

yang berpendapatan Rp 3.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- yaitu sebanyak 14 responden (15%). Tabel ini menggambarkan bahwa konsumen Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai, antara yang berpendapatan Rp1.000.000,- sampai Rp 2.000.000,- Rp 2.000.000,- sampai Rp 3.000.000,- dan 3.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- lebih banyak responden yang berpendapatan sebesar Rp 2.000.000,- sampai Rp 3.000.000,-.

5. Analisis Deskriptif (Distribusi Penilaian Responden)

Gambaran responden penelitian dapat dilihat pada hasil analisis deskriptif berupa tabel frekuensi. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian diuraikan sebagai berikut.

Tabel 4.5 Kategori Penilaian Rata-Rata Jawaban Responden

| Mean | Keterangan |
|-------------|-------------|
| 1,00 - 1,80 | Tidak Baik |
| 1,81 - 2,60 | Kurang Baik |
| 2,61 - 3,40 | Cukup Baik |
| 3,41 -4,20 | Baik |
| 4,21 - 5,00 | Sangat Baik |

Sumber: Sugiyono(2013)

a. Kualitas Produk (X₁)

Variabel Kualitas Produk (X₁) dibentuk oleh 6 (enam) indikator yang terdiri dari Kinerja (*Performance*) (X.1.1), Keistimewaan (*feature*) (X.1.2), Keandalan (*reliability*) (X.1.3), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) (X.1.4), Daya tahan (*durability*) (X.1.5), Estetika (*Eastherics*) (X.1.6). Gambaran lengkap tanggapan responden untuk masing-masing indikator secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.6 s/d Tabel 4.8.

Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Indikator Kinerja (*Performance*) (X_{1.1})

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|---|------|---|------|
| | Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai menyediakan karyawan yang cukup. | | Karyawan sangat sigap dalam menyelesaikan pesanan konsumen. | | Karyawan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai memiliki tata krama yang baik. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | 1 | 1.1 |
| Setuju | 45 | 47.9 | 50 | 53.2 | 36 | 38.3 |
| Netral | 47 | 50.0 | 43 | 45.7 | 54 | 57.4 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 1 | 1.1 | 3 | 3.2 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| <i>Mean</i> | 3.5106 | - | 3.5213 | - | 3.3723 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Kinerja (*Performance*) (Tabel 4.6) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai menyediakan karyawan yang cukup, sebanyak 45 responden (47,9%) menyatakan setuju, 47 responden (50,0%) menyatakan netral, 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,48 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam menyediakan karyawan yang cukup.
2. Untuk item karyawan sangat sigap dalam menyelesaikan pesanan konsumen, sebanyak 50 responden (53,2%) menyatakan setuju, 43 responden (45,7%) menyatakan netral dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,53 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam karyawan sangat sigap dalam menyelesaikan pesanan konsumen.
3. Untuk item karyawan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai memiliki tata krama yang baik, sebanyak 54 responden (57,4%) menyatakan netral, 36

responden (38,3%) menyatakan setuju, 3 responden (3,2%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,38 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai cukup baik dalam karyawan Meuligoe KUPI Binjai memiliki tata krama yang baik.

Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Indikator Keistimewaan tambahan (*Features*) (X.1.2)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|-----------------------------|----------|--|----------|--|----------|
| | Suasana café sangat nyaman. | | Ada live musik yang menambah kenyamanan. | | Penyediaan wifi dengan kecepatan yang bagus. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | - | - | 2 | 2.1 | - | - |
| Setuju | 36 | 38.3 | 46 | 48.9 | 50 | 53.2 |
| Netral | 53 | 56.4 | 46 | 48.9 | 44 | 46.8 |
| Tidak Setuju | 5 | 5.3 | - | - | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.3298 | - | 3.5319 | - | 3.5319 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Keistimewaan tambahan (*Features*) (Tabel 4.7) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item suasana café sangat nyaman, sebanyak 53 responden (56,4%) menyatakan netral, 36 responden (38,3%) menyatakan setuju dan 5 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,32 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai cukup baik dalam suasana café sangat nyaman.
2. Untuk item ada live musik yang menambah kenyamanan, sebanyak 46 responden (48,9%) menyatakan netral, 46 responden (48,9%) menyatakan setuju dan 2 responden (2,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,51 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai cukup baik dalam suasana café sangat nyaman.

Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam ada live musik yang menambah kenyamanan.

- Untuk item penyediaan wifi dengan kecepatan yang bagus, sebanyak 50 responden (53,2%) menyatakan setuju dan 44 responden (46,8%) menyatakan netral, dengan nilai rerata 3,53 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam penyediaan wifi dengan kecepatan yang bagus.

Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Indikator Kehandalan (Reliability) (X.1.3)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|--|------|--|------|
| | Kopi yang disediakan sangat cocok untuk semua kalangan usia. | | Kopi memiliki cita rasa yang familiar. | | Kemasan kopi sangat baik sehingga kopi tidak mudah tumpah. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 39 | 41.5 | 39 | 41.5 | 33 | 35.1 |
| Netral | 54 | 57.4 | 54 | 57.4 | 61 | 64.9 |
| Tidak Setuju | - | - | 1 | 1.1 | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4362 | - | 3.4043 | - | 3.3511 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Kehandalan (*Reliability*) (Tabel 4.8) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

- Untuk item kopi yang disediakan sangat cocok untuk semua kalangan usia, sebanyak 54 responden (57,4%) menyatakan netral, 39 responden (41,5%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,43 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam kopi yang disediakan sangat cocok untuk semua kalangan usia.
- Untuk item kopi memiliki cita rasa yang familiar, sebanyak 54 responden (57,4%) menyatakan netral, 39 responden (41,5%) menyatakan setuju dan 1

responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,40 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai cukup baik dalam kopi memiliki cita rasa yang familiar.

- Untuk item kemasan kopi sangat baik sehingga kopi tidak mudah tumpah, sebanyak 61 responden (64,9%) menyatakan netral dan 33 responden (35,1%) menyatakan setuju, dengan nilai rerata 3,35 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai cukup baik dalam kemasan kopi sangat baik sehingga kopi tidak mudah tumpah.

Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Indikator Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) (X_{1.4})

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|---|------|--|------|--|------|
| | Karyawan menggunakan pakaian seragam sehingga menambah kesan yang baik untuk Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | | Kopi yang mereka gunakan memang berasal dari aceh sesuai dengan nama cafe nya Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | | Tempat yang disediakan benar-benar sangat nyaman untuk dipakai berkumpul dengan teman. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 50 | 53.2 | 32 | 34.0 | 33 | 35.1 |
| Netral | 42 | 44.7 | 59 | 62.8 | 56 | 59.6 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 3 | 3.2 | 5 | 5.3 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4574 | - | 3.3085 | - | 3.2979 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) (Tabel 4.9) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

- Untuk item karyawan menggunakan pakaian seragam sehingga menambah kesan yang baik untuk Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, sebanyak 50 responden (53,2%) menyatakan setuju, 42 responden (44,7%) menyatakan netral, 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,45 (Kategori baik). Jawaban ini

menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam karyawan menggunakan pakaian seragam sehingga menambah kesan yang baik untuk Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

2. Untuk item kopi yang mereka gunakan memang berasal dari aceh sesuai dengan nama cafe nya Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, sebanyak 59 responden (62,8%) menyatakan netral, 32 responden (34,0%) menyatakan setuju dan 3 responden (3,2%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,30 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai cukup baik dalam kopi yang mereka gunakan memang berasal dari aceh sesuai dengan nama cafe nya Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.
3. Untuk item tempat yang disediakan benar-benar sangat nyaman untuk dipakai berkumpul dengan teman, sebanyak 56 responden (59,6%) menyatakan netral, 33 responden (35,1%) menyatakan setuju dan 5 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,29 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai cukup baik dalam tempat yang disediakan benar-benar sangat nyaman untuk dipakai berkumpul dengan teman.

Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Indikator Daya tahan (Durability) (X_{1.5})

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|-------------------|---|------|---|------|---|------|
| | Kopi yang disediakan selalu dalam keadaan baik. | | Kopi masih terasa enak walau sudah lebih dari 30 menit. | | Kopi yang dimasukkan kedalam kemasan untuk di bawa pulang masih sama rasanya seperti kita meminumnya di tempat. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | 1 | 1.1 |
| Setuju | 45 | 47.9 | 33 | 35.1 | 47 | 50.0 |
| Netral | 48 | 51.1 | 56 | 59.6 | 45 | 47.9 |
| Tidak Setuju | - | - | 5 | 5.3 | 1 | 1.1 |

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|---|-----|---|-----|---|-----|
| | Kopi yang disediakan selalu dalam keadaan baik. | | Kopi masih terasa enak walau sudah lebih dari 30 menit. | | Kopi yang dimasukkan kedalam kemasan untuk di bawa pulang masih sama rasanya seperti kita meminumnya di tempat. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| <i>Mean</i> | 3.5000 | - | 3.2979 | - | 3.5106 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Daya tahan (*Durability*) (Tabel 4.10) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item kopi yang disediakan selalu dalam keadaan baik, sebanyak 48 responden (51,1%) menyatakan netral, 45 responden (47,9%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,50 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam kopi yang disediakan selalu dalam keadaan baik.
2. Untuk item kopi masih terasa enak walau sudah lebih dari 30 menit, sebanyak 56 responden (59,6%) menyatakan netral, 33 responden (35,1%) menyatakan setuju dan 5 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,29 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai cukup baik dalam kopi masih terasa enak walau sudah lebih dari 30 menit.
3. Untuk item kopi yang dimasukkan kedalam kemasan untuk di bawa pulang masih sama rasanya seperti kita meminumnya di tempat, sebanyak 47 responden (50,0%) menyatakan setuju, 45 responden (47,9%) menyatakan netral, 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%)

menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,51 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai baik dalam kopi yang dimasukkan kedalam kemasan untuk di bawa pulang masih sama rasanya seperti kita meminumnya di tempat.

Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Indikator Estetika (*Asthetic*) (X.1.6)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--------------------------------|------|--|------|--|------|
| | Aroma dari kopi sangat nikmat. | | Rasa dari kopi yang tidak terlalu banyak di rubah sangat cocok di lidah. | | Rasa kopi masih sangat alami tapi memberikan kenikmatan yang baik. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 38 | 40.4 | 38 | 40.4 | 35 | 37.2 |
| Netral | 55 | 58.5 | 55 | 58.5 | 59 | 62.8 |
| Tidak Setuju | - | - | 1 | 1.1 | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.3404 | - | 3.2872 | - | 3.4894 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Estetika (*Asthetic*) (Tabel 4.11) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item aroma dari kopi sangat nikmat, sebanyak 56 responden (59,6%) menyatakan netral, 35 responden (31,2%) menyatakan setuju dan 3 responden (3,2%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,34 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai cukup baik dalam aroma dari kopi sangat nikmat.
2. Untuk item rasa dari kopi yang tidak terlalu banyak di rubah sangat cocok di lidah, sebanyak 55 responden (58,5%) menyatakan netral, 37 responden (40,4%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,28 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan

bahwa Meuligoe KUPI Binjai cukup baik dalam rasa dari kopi yang tidak terlalu banyak di rubah sangat cocok di lidah.

3. Untuk item rasa kopi masih sangat alami tapi memberikan kenikmatan yang baik, sebanyak 59 responden (62,8%) menyatakan netral dan 35 responden (37,2%) menyatakan setuju, dengan nilai rerata 3,48 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai baik dalam rasa kopi masih sangat alami tapi memberikan kenikmatan yang baik.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dibentuk oleh 5 (lima) indikator yang tergolong dalam, Bentuk fisik (*Tangibles*) ($X_{2.1}$), Keandalan (*Reability*) ($X_{2.2}$), Ketanggapan (*Responsiveness*) ($X_{2.3}$), Jaminan dan kepastian (*Assurance*) ($X_{2.4}$), Perhatian yang tulus (*Empathy*) ($X_{2.5}$). Gambaran lengkap tanggapan responden untuk masing-masing indikator secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.12 s/d Tabel 4.16.

Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Indikator Bentuk fisik (*Tangibles*) ($X_{2.1}$)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|--|------|--|------|
| | Meuligoe KUPI Binjai sudah menggunakan alat coffe shop yang moderen. | | Meuligoe KUPI Binjai bisa di pesan melalui media online. | | Meuligoe KUPI Binjai melakukan promosi melalui media sosial. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | - | - | 1 | 1.1 | - | - |
| Setuju | 34 | 36.2 | 43 | 45.7 | 40 | 42.6 |
| Netral | 53 | 56.4 | 49 | 52.1 | 52 | 55.3 |
| Tidak Setuju | 7 | 7.4 | 1 | 1.1 | 2 | 2.1 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| <i>Mean</i> | 3.2872 | - | 3.4681 | - | 3.4043 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Bentuk fisik (*Tangibles*) (Tabel 4.12) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai sudah menggunakan alat coffe shop yang moderen, sebanyak 53 responden (56,4%) menyatakan netral, 34 responden (36,2%) menyatakan setuju dan 7 responden (7,4%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,28 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai sudah menggunakan alat coffe shop yang moderen.
2. Untuk item Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai bisa di pesan melalui media online, sebanyak 49 responden (52,1%) menyatakan netral, 43 responden (45,7%) menyatakan setuju, 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,46 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) baik dalam Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai bisa di pesan melalui media online.
3. Untuk Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai melakukan promosi melalui media sosial, sebanyak 52 responden (55,3%) menyatakan netral dan 40 responden (42,6%) menyatakan setuju dan 2 responden (2,1%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,53 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai melakukan promosi melalui media sosial.

Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Indikator Keandalan (Reability) ($X_{2.2}$)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|---|------|---|------|---|------|
| | Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik. | | Pelayan bersikap ramah kepada semua konsumen. | | Karena jumlah pelayan yang cukup banyak pesanan jadi lebih cepat selesai. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | 1 | 1.1 | 1 | 1.1 |
| Setuju | 32 | 34.0 | 46 | 48.9 | 36 | 38.3 |
| Netral | 55 | 58.5 | 46 | 48.9 | 51 | 54.3 |
| Tidak Setuju | 6 | 6.4 | 1 | 1.1 | 6 | 6.4 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.2979 | - | 3.5000 | - | 3.3404 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Keandalan (*Reability*) (Tabel 4.13) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik, sebanyak 55 responden (58,5%) menyatakan netral, 32 responden (34,0%) menyatakan setuju, 6 responden (6,4%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,29 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI Binjai) cukup baik dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik.
2. Untuk item pelayan bersikap ramah kepada semua konsumen, sebanyak 46 responden (48,9%) menyatakan setuju, sebanyak 46 responden (48,9%) menyatakan netral, 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,50 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI Binjai) baik dalam pelayan bersikap ramah kepada semua konsumen.

3. Untuk item karena jumlah pelayan yang cukup banyak pesanan jadi lebih cepat selesai, sebanyak 51 responden (54,3%) menyatakan netral, 36 responden (38,3%) menyatakan setuju, 6 responden (6,4%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,34 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) cukup baik dalam karena jumlah pelayan yang cukup banyak pesanan jadi lebih cepat selesai.

Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Indikator Ketanggapan (*Responsiveness*) ($X_{2.3}$)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|--|------|---|------|
| | Pelayan memberikan informasi mengenai pesanan yang belum pernah kita coba. | | Pelayan selalu mengingat permintaan dari konsumen. | | Saat melakukan pemesanan tambahan pelayan sangat cepat menyelesaikan permintaannya. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | 2 | 2.1 | 1 | 1.1 |
| Setuju | 44 | 46.8 | 44 | 46.8 | 36 | 38.3 |
| Netral | 48 | 51.1 | 47 | 50.0 | 51 | 54.3 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 1 | 1.1 | 6 | 6.4 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4787 | - | 3.5000 | - | 3.3404 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator Ketanggapan (*Responsiveness*) (Tabel 4.14) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item pelayan memberikan informasi mengenai pesanan yang belum pernah kita coba, sebanyak 48 responden (51,1%) menyatakan netral, 44 responden (46,8%) menyatakan setuju, 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,47 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI

Atjeh (MKA KUPI) Binjai) baik dalam Pelayan memberikan informasi mengenai pesanan yang belum pernah kita coba.

2. Untuk item pelayan selalu mengingat permintaan dari konsumen, sebanyak 47 responden (50,0%) menyatakan netral, 44 responden (46,8%) menyatakan setuju, 2 responden (2,1%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,50 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) baik dalam Pelayan selalu mengingat permintaan dari konsumen.
3. Untuk item saat melakukan pemesanan tambahan pelayan sangat cepat menyelesaikan permintaannya, konsumen menjadi resailer susu gomars, sebanyak 51 responden (54,3%) menyatakan netral, 36 responden (38,3%) menyatakan setuju, 6 responden (6,4%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,34 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) cukup baik dalam saat melakukan pemesanan tambahan pelayan sangat cepat menyelesaikan permintaannya.

Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Indikator Jaminan dan kepastian (*Assurance*) ($X_{2.4}$)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|---|------|---|------|--|------|
| | Kopi yang digunakan merupakan kopi dengan kualitas yang baik. | | Kebersihan yang sangat dijaga membuat konsumen merasa aman mengkonsumsi makanan dan minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai. | | Ada petugas keamanan sehingga kendaraan akan aman. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 43 | 45.7 | 33 | 35.1 | 34 | 36.2 |
| Netral | 49 | 52.1 | 58 | 61.7 | 55 | 58.5 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 3 | 3.2 | 5 | 5.3 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|-------------------|---|-----|---|-----|--|-----|
| | Kopi yang digunakan merupakan kopi dengan kualitas yang baik. | | Kebersihan yang sangat dijaga membuat konsumen merasa aman mengkonsumsi makanan dan minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai. | | Ada petugas keamanan sehingga kendaraan akan aman. | |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4681 | - | 3.3191 | - | 3.3085 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator jaminan dan kepastian (*Assurance*) (Tabel 4.15) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item kopi yang digunakan merupakan kopi dengan kualitas yang baik, sebanyak 49 responden (52,1%) menyatakan netral, 43 responden (45,7%) menyatakan setuju, 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,46 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) baik dalam kopi yang digunakan merupakan kopi dengan kualitas yang baik.
2. Untuk item kebersihan yang sangat dijaga membuat konsumen merasa aman mengkonsumsi makanan dan minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 58 responden (61,7%) menyatakan netral, 33 responden (35,1%) menyatakan setuju dan 3 responden (3,2%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,31 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) cukup baik dalam kebersihan yang sangat dijaga membuat konsumen merasa aman mengkonsumsi makanan dan minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai.

3. Untuk item ada petugas keamanan sehingga kendaraan akan aman, sebanyak 55 responden (58,5%) menyatakan netral, 34 responden (36,2%) menyatakan setuju dan 5 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,30 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam ada petugas keamanan sehingga kendaraan akan aman.

Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Indikator Perhatian yang tulus (*Empathy*) ($X_{2.5}$)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|--|------|---|------|
| | Pelayan cepat menghampiri saat konsumen baru datang. | | Pelayan selalu bertanya apakah konsumen membutuhkan sesuatu. | | Pelayan ada dimana-mana sehingga konsumen tidak kesulitan saat membutuhkan bantuan pelayan. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | - | - | - | - | 1 | 1.1 |
| Setuju | 43 | 45.7 | 35 | 37.2 | 48 | 51.1 |
| Netral | 50 | 53.2 | 55 | 58.5 | 44 | 46.8 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 4 | 4.3 | 1 | 1.1 |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4468 | - | 3.3298 | - | 3.5213 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator perhatian yang tulus (*Empathy*) (Tabel 4.16) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item pelayan cepat menghampiri saat konsumen baru datang, sebanyak 50 responden (53,2%) menyatakan netral, 43 responden (45,7%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,44 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) baik dalam pelayan cepat menghampiri saat konsumen baru datang.

2. Untuk item pelayan selalu bertanya apakah konsumen membutuhkan sesuatu, sebanyak 55 responden (58,5%) menyatakan netral, 35 responden (37,2%) menyatakan setuju dan 4 responden (4,3%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,32 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam pelayan selalu bertanya apakah konsumen membutuhkan sesuatu.
3. Untuk item pelayan ada dimana-mana sehingga konsumen tidak kesulitan saat membutuhkan bantuan pelayan, sebanyak 48 responden (51,1%) menyatakan setuju, 44 responden (46,8%) menyatakan netral, 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,52 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai) baik dalam pelayan ada dimana-mana sehingga konsumen tidak kesulitan saat membutuhkan bantuan pelayan.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Kepuasan Konsumen (Y) dibentuk oleh 4 (empat) indikator yang terdiri dari, Perasaan Puas (Y.₁), Selalu Membeli Produk (Y.₂), Akan Merekomendasikan kepada orang lain (Y.₃), Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk (Y.₄). Gambaran lengkap tanggapan responden untuk masing-masing indikator secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.17 s/d Tabel 4.20.

Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Indikator Perasaan Puas (Y.1)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | |
|-------------------|---|--|---|
| | Konsumen merasa puas dengan minuman yang tersedia di Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang di dapatkan di Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | Konsumen merasa puas dengan ketersediaan wifi di Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai. |

| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
|---------------------|---------------|------|---------------|------|---------------|------|
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 36 | 38.3 | 40 | 42.6 | 51 | 54.3 |
| Netral | 57 | 60.6 | 54 | 57.4 | 43 | 45.7 |
| Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| <i>Mean</i> | 3.4043 | - | 3.4255 | - | 3.5426 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator perasaan puas (Tabel 4.17) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item konsumen merasa puas dengan minuman yang tersedia di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 57 responden (60,6%) menyatakan netral, 36 responden (38,3%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,40 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) cukup baik dalam konsumen merasa puas dengan minuman yang tersedia di Meuligoe KUPI Binjai.
2. Untuk item konsumen merasa puas dengan pelayanan yang di dapatkan di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 54 responden (57,4%) menyatakan netral dan 40 responden (42,6%) menyatakan setuju dengan nilai rerata 3,42 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) baik dalam konsumen merasa puas dengan pelayanan yang di dapatkan di Meuligoe KUPI Binjai.
3. Untuk item konsumen merasa puas dengan ketersediaan wifi di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 51 responden (54,3%) menyatakan setuju dan 43 responden (45,7%) menyatakan netral dengan nilai rerata 3,54 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai

(MKA KUPI) Binjai) baik dalam konsumen merasa puas dengan ketersediaan wifi di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Indikator Selalu Membeli Produk (Y.2)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|--|------|---|------|
| | Saya sudah berkunjung ke Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai lebih dari satu kali. | | Saya sangat menyukai kopi yang di sediakan di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | | Saya mempunyai menu favorit di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | - | - |
| Setuju | 48 | 51.1 | 49 | 52.1 | 50 | 53.2 |
| Netral | 45 | 47.9 | 44 | 46.8 | 44 | 46.8 |
| Tidak Setuju | - | - | 1 | 1.1 | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| <i>Mean</i> | 3.5319 | - | 3.5106 | - | 3.5319 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator selalu membeli produk (Tabel 4.18) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item saya sudah berkunjung ke Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai lebih dari satu kali, sebanyak 48 responden (51,1%) menyatakan setuju, 45 responden (47,9%) menyatakan netral dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,53 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam saya sudah berkunjung ke Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai lebih dari satu kali.
2. Untuk item saya sangat menyukai kopi yang di sediakan di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, sebanyak 49 responden (52,1%) menyatakan setuju, 44 responden (46,8%) menyatakan netral dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dengan nilai rerata 3,51 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai baik dalam

saya sangat menyukai kopi yang di sediakan di Meuligoe KUPI Binjai.

3. Untuk item saya mempunyai menu favorit di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 50 responden (53,2%) menyatakan setuju dan 44 responden (46,8%) menyatakan netral dengan nilai rerata 3,53 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai) baik dalam saya mempunyai menu favorit di Meuligoe KUPI Binjai (MKA KUPI) Binjai.

Tabel 4.19 Penilaian Responden Terhadap Indikator Akan Merekomendasikan kepada orang lain (Y.3)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|---|------|--|------|---|------|
| | Saya senang mengajak teman-teman untuk nongkrong di Meuligoe KUPI Binjai. | | Saya pernah merekomendasikan Meuligoe KUPI Binjai kepada teman sebagai tempat tongkrongan. | | Saya merekomendasikan kopi yang disediakan oleh Meuligoe KUPI Binjai kepada teman-teman | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | 1 | 1.1 | - | - | 1 | 1.1 |
| Setuju | 39 | 41.5 | 36 | 38.3 | 34 | 36.2 |
| Netral | 53 | 56.4 | 56 | 59.6 | 59 | 62.8 |
| Tidak Setuju | 1 | 1.1 | 2 | 2.1 | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |
| Mean | 3.4255 | - | 3.3617 | - | 3.3830 | - |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator akan Merekomendasikan kepada orang lain (Tabel 4.19) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item saya senang mengajak teman-teman untuk nongkrong di Meuligoe KUPI Binjai, sebanyak 53 responden (56,4%) menyatakan netral, 39 responden (41,5%) menyatakan setuju, 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rerata 3,42 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa

Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) baik dalam saya senang mengajak teman-teman untuk nongkrong di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai.

2. Untuk item saya pernah merekomendasikan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai kepada teman sebagai tempat tongkrongan, sebanyak 56 responden (59,6%) menyatakan netral, 36 responden (38,3%) menyatakan setuju, 2 responden (2,1%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,36 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam saya pernah merekomendasikan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai kepada teman sebagai tempat tongkrongan.
3. Untuk item saya merekomendasikan kopi yang disediakan oleh Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai kepada teman-teman, sebanyak 59 responden (62,8%) menyatakan netral, 34 responden (36,2%) menyatakan setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,38 (Kategori cukup baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai) cukup baik dalam saya merekomendasikan kopi yang disediakan oleh Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai kepada teman-teman.

Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Indikator Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk (Y.4)

| Jawaban Responden | Item Pernyataan | | | | | |
|---------------------|--|------|---|------|--|------|
| | Pesanan yang saya terima sesuai dengan apa yang saya harapkan. | | Pelayanan yang saya dapatkan sangat baik. | | Cita rasa yang terdapat pada minuman yang ada di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai tidak pernah berubah. | |
| | Frekuensi | % | Frekuensi | % | Frekuensi | % |
| Sangat Setuju | - | - | 9 | 9.6 | 7 | 7.4 |
| Setuju | 45 | 47.9 | 43 | 45.7 | 41 | 43.6 |
| Netral | 49 | 52.1 | 41 | 43.6 | 46 | 48.9 |
| Tidak Setuju | - | - | 1 | 1.1 | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - | - | - | - | - |
| Total | 94 | 100 | 94 | 100 | 94 | 100 |

| | | | | | | |
|-------------|--------|---|--------|---|--------|---|
| <i>Mean</i> | 3.4787 | - | 3.6383 | - | 3.5851 | - |
|-------------|--------|---|--------|---|--------|---|

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Indikator terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk (Tabel 4.20) direpresentasikan oleh 3 item pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item pesanan yang saya terima sesuai dengan apa yang saya harapkan, sebanyak 49 responden (52,1%) menyatakan netral dan 45 responden (47,9%) menyatakan setuju dengan nilai rerata 3,47 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai baik dalam pesanan yang saya terima sesuai dengan apa yang saya harapkan.
2. Untuk item pelayanan yang saya dapatkan sangat baik, sebanyak 43 responden (45,7%) menyatakan setuju, 41 responden (43,6%) menyatakan netral, dan 9 responden (9,6%) menyatakan sangat setuju dan 1 responden (1,1%) menyatakan tidak setuju, dengan nilai rerata 3,63 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai baik dalam pelayanan yang saya dapatkan sangat baik.
3. Untuk item cita rasa yang terdapat pada minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai tidak pernah berubah, sebanyak 46 responden (48,9%) menyatakan netral, 41 responden (43,6%) menyatakan setuju dan 7 responden (7,4%) menyatakan sangat setuju dengan nilai rerata 3,58 (Kategori baik). Jawaban ini menggambarkan bahwa Meuligoe KUPI Binjai baik dalam cita rasa yang terdapat pada minuman yang ada di Meuligoe KUPI Binjai tidak pernah berubah.

6. Teknik Analisi Data

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Gambaran responden penelitian dapat dilihat pada hasil analisis deskriptif berupa tabel frekuensi. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian diuraikan sebagai berikut.

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan (angket) yang telah di sajikan pada responden maka perlu di lakukan uji validitas. Apabila validitas setiap pertanyaan lebih besar ($>$) 0,30, maka butir pernyataan di anggap valid (Rusiadi 2013). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel *Item-Total Statistic*, hasil pengolahan SPSS dengan memasukkan data jawaban responden dari variabel X, Z dan Y yang di sajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Uji Validitas (X_1) Kualitas Produk

Item-Total Statistics

| Simbol | r_{hitung} | r_{kritis} | Keterangan |
|--------------------|--------------|--------------|------------|
| Pernyataan X.1.1.1 | 0,375 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.1.2 | 0,548 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.1.3 | 0,524 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.2.1 | 0,380 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.2.2 | 0,368 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.2.3 | 0,486 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.3.1 | 0,452 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.3.2 | 0,351 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.3.3 | 0,310 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.4.1 | 0,327 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.4.2 | 0,487 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.4.3 | 0,680 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.5.1 | 0,445 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.5.2 | 0,705 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.5.3 | 0,478 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.6.1 | 0,501 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.6.2 | 0,691 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.1.6.3 | 0,469 | 0,30 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.21 di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom r_{hitung} yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 18 (delapan belas) butir pernyataan pada variabel kualitas produk dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.22 Uji Validitas (X₂) Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics

| Simbol | r_{hitung} | r_{kritis} | Keterangan |
|--------------------|--------------|--------------|------------|
| Pernyataan X.2.1.1 | 0,877 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.1.2 | 0,541 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.1.3 | 0,324 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.2.1 | 0,840 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.2.2 | 0,494 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.2.3 | 0,860 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.3.1 | 0,468 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.3.2 | 0,348 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.3.3 | 0,860 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.4.1 | 0,518 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.4.2 | 0,392 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.4.3 | 0,780 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.5.1 | 0,448 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.5.2 | 0,827 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan X.2.5.3 | 0,525 | 0,30 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.21 di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom r_{hitung} yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 15 (lima belas) butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.22 Uji Validitas (Y) Kepuasan Konsumen

Item-Total Statistics

| Simbol | r_{hitung} | r_{kritis} | Keterangan |
|------------------|--------------|--------------|------------|
| Pernyataan Y.1.1 | 0,502 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.1.2 | 0,454 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.1.3 | 0,469 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.2.1 | 0,664 | 0,30 | Valid |

| Simbol | r_{hitung} | r_{kritis} | Keterangan |
|------------------|--------------|--------------|------------|
| Pernyataan Y.2.2 | 0,475 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.2.3 | 0,704 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.3.1 | 0,498 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.3.2 | 0,556 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.3.3 | 0,510 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.4.1 | 0,800 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.4.2 | 0,440 | 0,30 | Valid |
| Pernyataan Y.4.3 | 0,556 | 0,30 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.22 di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom r_{hitung} yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 12 (dua belas) butir pernyataan pada variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan *alpha cronbach*. Angket dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.

Reliabilitas dari pernyataan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .802 | 18 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.23 di atas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,802 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 18 (delapan belas) butir pernyataan pada variabel adalah kualitas produk reliabel atau dikatakan handal.

Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .882 | 15 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.24 di atas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,882 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 15 (lima belas) butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan adalah reliabel atau dikatakan handal.

Tabel 4.25 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .787 | 12 |

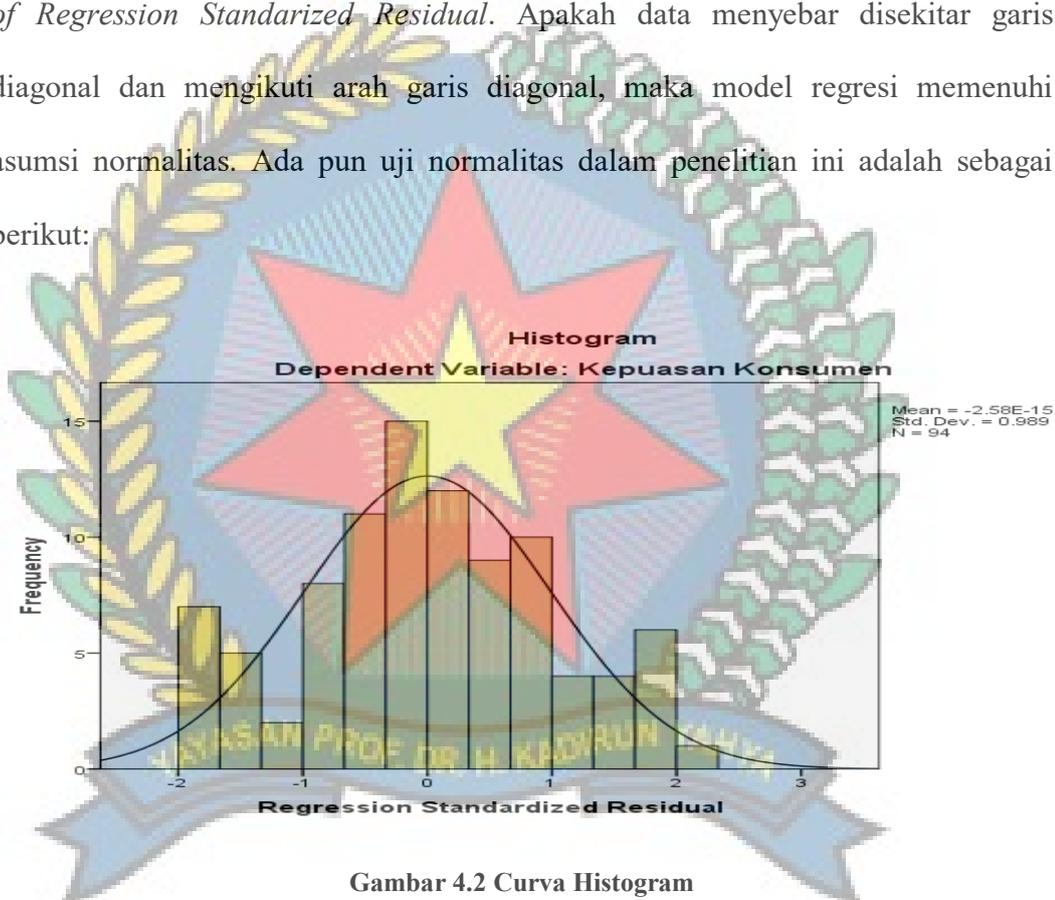
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari tabel 4.25 di atas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,787 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 12 (dua belas) butir pernyataan pada variabel kepuasan konsumen adalah reliabel atau dikatakan handal.

7. Uji Asumsi Klasik

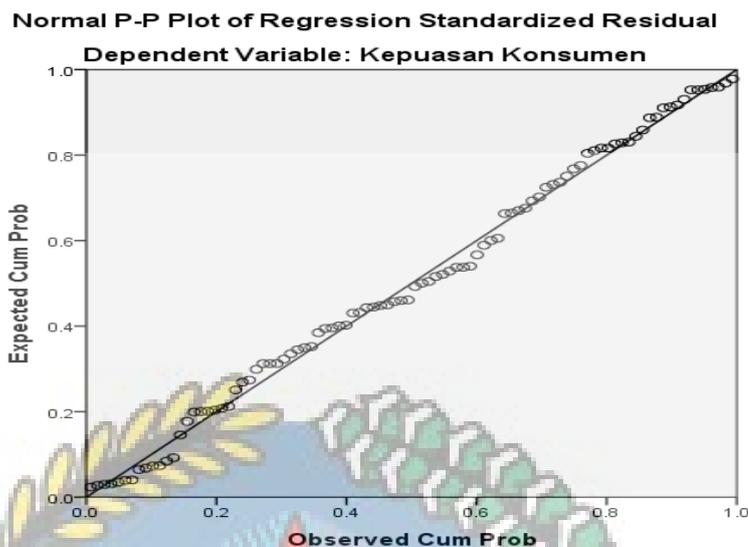
a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan analisis grafik yaitu pada Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Apakah data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Ada pun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Curva Histogram
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari hasil output SPSS Gambar 4.2 Kurva histogram normalitas menunjukkan gambar pada histogram memiliki pola (lonceng) atau data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi uji normalitas data.



Gambar 4.3 P-P Plot of Regression Standarized Residual

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Berdasarkan gambar 4.3. dapat dilihat bahwa titik–titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Penyebaran titik–titik menggambarkan data–data hasil jawaban responden telah berdistribusi secara normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.26 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 94 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.88602831 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .055 |
| | Positive | .055 |
| | Negative | -.045 |
| Test Statistic | | .055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Sebuah model regresi yang dikatakan memenuhi asumsi normalitas yakni apabila nilai residual *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Nilai *Kolmogorov-smirnov test* 0,200 artinya $>$ dari 0,05 , maka dapat dinyatakan data

dalam penelitian ini secara statistik berdistribusi normal dan telah memenuhi persyaratan untuk digunakan.

b. Uji Multikolinieritas

Model regresi pada Uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui seberapa kuat korelasi antar variabel independen, gejala nya dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua nilai ini akan menjelaskan setiap variabel independen manakan yang dijelaskan oleh variabel dependen lainnya. Nilai yang dipakai untuk *Tolerance* > 0.10 dan *VIF* < 5.0 , maka tidak terjadi multikolinieritas seperti pada tabel 4.27 sbb:

Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinieritas

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| Model | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | 16.104 | 4.023 | | 4.003 | .000 | | |
| | Kualitas Produk | .271 | .099 | .355 | 2.737 | .007 | .435 | 2.300 |
| | Kualitas Pelayanan | .178 | .089 | .261 | 2.007 | .048 | .435 | 2.300 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

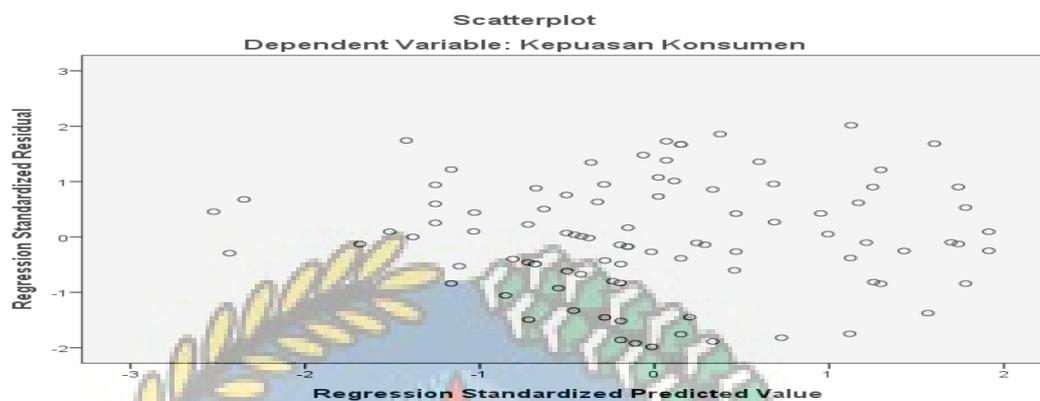
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Tabel 4.27 mengisyaratkan kedua variabel memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang ditentukan. Untuk nilai tolerance variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan $0.435 > 0.10$. Sedangkan untuk nilai VIF variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memperoleh nilai 2.300 yang lebih kecil dari 5.0, ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak saling berkorelasi sesama variabel dependennya atau tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik – titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu dan secara terus

menerus bergeser menjauhi garis nol. Pengujian heteroskedastisitas secara visual bisa dilihat pada grafik *Scatterplot* dibawah ini.



Gambar 4.4 Grafik *Scatterplot*
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Berdasarkan gambar 4.4 diatas menggambarkan bahwa titik–titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu, ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk memprediksi analisis brand image terhadap keputusan pembelian susu Gomars dengan kualitas produk sebagai variabel moderating pada Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai) berdasarkan variabel independennya.

8. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Tabel 4.28 Regresi Linier Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 16.104 | 4.023 | | 4.003 | .000 | | |
| | Kualitas Produk | .271 | .099 | .355 | 2.737 | .007 | .435 | 2.300 |
| | Kualitas Pelayanan | .178 | .089 | .261 | 2.007 | .048 | .435 | 2.300 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.28 tersebut diperoleh regresi linier sederhana sebagai berikut $Y = 44.038 + 0.271 X_1 + 0.178 X_2 + e$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda adalah:

- Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol maka nilai kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 16.104.
- Jika terjadi peningkatan kualitas produk sebesar 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.271.
- Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.178.

9. Uji Hipotesis

Dalam analisis dan melakukan pengujian hipotesis, maka data diolah dengan alat bantu SPSS versi 22. Data-data yang telah diperoleh kemudian diuji dengan melakukan :

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen Kualitas produk (X1) terhadap variabel dependen

Kepuasan Konsumen (Y). Berikut hasil pengujian hipotesis penelitian secara parsial seperti terlihat pada Tabel 4.29 :

Tabel 4.29 Hasil pengujian Hipotesis secara parsial (Uji t)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 16.104 | 4.023 | | 4.003 | .000 |
| | Kualitas Produk | .271 | .099 | .355 | 2.737 | .007 |
| | Kualitas Pelayanan | .178 | .089 | .261 | 2.007 | .048 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.29 menunjukkan bahwa nilai *Coefficients* secara parsial dari nilai variabel sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X_1) adalah 2.737 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.737 > 1.986$) dan nilai Sig. < 0.05 ($0.007 < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar 0.271.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah 2.007 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.007 > 1.986$) dan nilai Sig. < 0.05 ($0.048 < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar 0.178.

b. Uji F (Uji Simultan)

Setelah pengujian secara parsial (uji t) maka selanjutnya menentukan pengujian secara serempak/simultan atau disebut uji F. Dalam uji F ini bertujuan untuk menguji secara serempak analisis variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas

Pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Hasil pengujian hipotesis penelitian secara serempak dapat dilihat pada Tabel 4.30 :

Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 387.314 | 2 | 193.657 | 22.750 | .000 ^b |
| | Residual | 774.612 | 91 | 8.512 | | |
| | Total | 1161.926 | 93 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Dari Tabel 4.30 gambaran data terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 22.750 dengan tingkat signifikan 0,000. Selanjutnya cara memperoleh nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah menggunakan rumus ($F_{tabel} = F(K : n-k) = F(2:92) = 3,10$), jadi nilai F_{tabel} adalah sebesar 3,10. Dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} 22.750 > \text{nilai } F_{tabel} 3.10$. Artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

c. Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien determinan (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh/kemampuan pembelian (Y) .

Uji Koefisien variabel independen dalam menerangkan/menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.31 :

Tabel 4.31 Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .577 ^a | .333 | .319 | 2.91757 |

a. Predictors: (Constant), Brand Image

b. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.31 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Besarnya nilai *adjusted R Square* sebesar 0,319 atau 0,32% memberikan penjelasan bahwa variabel penelitian ini mampu menjelaskan tentang variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 32,0% sedang sisanya sebesar 68,0% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar penelitian ini seperti harga, *service quality* dan lain sebagainya.
- 2) Nilai R sebesar 0.577 menunjukkan terdapat hubungan yang cukup erat antara Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4.32 Tipe hubungan pada Uji determinasi

| Nilai | Interpretasi |
|-------------------|-------------------|
| 0,0 – 0,19 | Sangat Tidak Erat |
| 0,2 – 0,39 | Tidak Erat |
| 0,4 – 0,59 | Cukup Erat |
| 0,6 – 0,79 | Erat |
| 0,8 – 0,99 | Sangat Erat |

Sumber : Sugiono (2016)

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka akan dilakukan pembahasan terhadap hipotesis yang telah diajukan untuk melihat kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Pembahasan terhadap hipotesis yang telah diajukan dibahas pada sub-bab berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk di Meuligoe KUPI Atjeh (MKA KUPI) Binjai, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari analisis regresi linear berganda melalui uji t yang bertanda positif dengan

nilai t_{hitung} sebesar 2.737 dan nilai signifikan sebesar 0,007. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa Hipotesis 1 (satu) dalam penelitian ini teruji dan dapat diterima. Arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas produk meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.271 satuan. Dengan kata lain ketika kualitas produk di Meuligoe KUPI Binjai yang terdiri dari Kinerja (*Performance*) (X.1.1), Keistimewaan (*feature*) (X.1.2), Keandalan (*reliability*) (X.1.3), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) (X.1.4), Daya tahan (*durability*) (X.1.5), Estetika (*Easterics*) (X.1.6), maka kepuasan konsumen Meuligoe KUPI Binjai akan meningkat pula. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Nur Siti Rahayu (2018) menunjukkan bahwa “secara parsial dan simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe KUPI Binjai telah terlaksana dan selanjutnya hasil penelitian ini juga telah menyelesaikan/menjawab permasalahan yang ada diidentifikasi masalah yaitu tidak banyak pelanggan tetap yang berkunjung ke Meuligoe KUPI Binjai.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Meuligoe KUPI Binjai, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari analisis regresi linear berganda melalui uji t yang bertanda positif dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.007 dan nilai signifikan sebesar 0,048. Berdasarkan

hasil tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa Hipotesis 2 (dua) dalam penelitian ini teruji dan dapat diterima. Arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.178 satuan. Dengan kata lain ketika kualitas pelayanan di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai yang terdiri dari Bentuk fisik (*Tangibles*) ($X_{2.1}$), Keandalan (*Reability*) ($X_{2.2}$), Ketanggapan (*Responsiveness*) ($X_{2.3}$), Jaminan dan kepastian (*Assurance*) ($X_{2.4}$), Perhatian yang tulus (*Empathy*) ($X_{2.5}$), maka kepuasan konsumen Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai akan meningkat pula. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Manshur Yahya (2009) menunjukkan bahwa “secara parsial dan simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai telah terlaksana dan selanjutnya hasil penelitian ini juga telah menyelesaikan/menjawab permasalahan yang ada diidentifikasi masalah yaitu kopi yang disediakan di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai mempunyai rasa dan tampilan yang sama dengan *Coffe Shop* lainnya.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan di Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari analisis regresi linear berganda melalui uji F yang bertanda positif dengan nilai f_{hitung} sebesar 22.750 dengan tingkat signifikan

sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa Hipotesis 3 (tiga) dalam penelitian ini teruji dan dapat diterima. Arah posisif menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Meuligoe KUPI Binjai, akan menyebabkan meningkatnya kepuasan konsumen Meuligoe KUPI Binjai secara bersamaan. Dengan kata lain ketika kualitas produk yang terdiri Kinerja (*Performance*) (X.1.1), Keistimewaan (*feature*) (X.1.2), Keandalan (*reliability*) (X.1.3), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) (X.1.4), Daya tahan (*durability*) (X.1.5), Estetika (*Eastherics*) (X.1.6) dan kualitas pelayanan yang terdiri dari Bentuk fisik (*Tangibles*) (X_{2.1}), Keandalan (*Reability*) (X_{2.2}), Ketanggapan (*Responsiveness*) (X_{2.3}), Jaminan dan kepastian (*Assurance*) (X_{2.4}), Perhatian yang tulus (*Empathy*) (X_{2.5}) maka kepuasan konsumen Meuligoe KUPI Binjai akan meningkat pula. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Saraswati, Kumadji, Yusri (2014) menunjukkan bahwa “secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Meuligoe KUPI Binjai telah terlaksana dan selanjutnya hasil penelitian ini juga telah menyelesaikan/menjawab permasalahan yang ada di identifikasi masalah yaitu Konsumen harus menunggu lama saat memesan kopi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. Teruji dan dapat diterima berdasarkan nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X_1) adalah 2.737 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.737 > 1.986$) dan nilai Sig. < 0.05 ($0.007 < 0.05$). Besarnya pengaruh dari Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai sebesar 0.271, yang berarti setiap ada peningkatan Kualitas Produk (X_1), maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai. Teruji dan dapat diterima berdasarkan nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah 2.007 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.007 > 1.986$) dan nilai Sig. < 0.05 ($0.048 < 0.05$). Besarnya pengaruh dari Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Meuligoe Kupi Atjeh (MKA KUPI) Binjai sebesar 0.178, yang berarti setiap ada peningkatan Kualitas Pelayanan (X_2), maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Meuligoe KUPI Binjai. Teruji dan dapat diterima berdasarkan nilai F_{hitung} sebesar 22.750 dengan tingkat signifikan 0,000, lebih besar dari nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah sebesar $3.10 = (22.750 > 3.10)$.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti ajukan, yaitu:

1. Disarankan kepada Meuligoe KUPI Binjai untuk mempertahankan ada live musik yang menambah kenyamanan dan penyediaan wifi dengan kecepatan yang bagus. Disarankan juga bagi Meuligoe KUPI Binjai untuk memperhatikan tempat yang disediakan benar-benar sangat nyaman untuk dipakai berkumpul dengan teman. Solusinya yang dapat dilakukan adalah merubah suasana cafe menjadi menjadi lebih nyaman dari sebelumnya.
2. Disarankan bagi Meuligoe KUPI Binjai untuk mempertahankan pelayan ada dimana-mana sehingga konsumen tidak kesulitan saat membutuhkan bantuan pelayan, selain itu disarankan juga bagi Meuligoe KUPI Binjai untuk memperhatikan penggunaan alat coffee shop yang moderen. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan terus mengupdate alat apa saja yang sedang tren pada saat ini sehingga coffee shop

tidak ketinggalan jaman baik dari segi tampilan dan proses pembuatannya.

3. Disarankan bagi Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai untuk mempertahankan pelayanan yang konsumen dapatkan sangat baik, selain itu disarankan juga bagi Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai untuk memperhatikan konsumen pernah merekomendasikan Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai kepada teman sebagai tempat tongkrongan. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan kepuasan kepada konsumen yang datang sehingga konsumen bisa merekomendasikan kepada temannya untuk berkunjung ke Meuligoe Kupa Atjeh (MKA KUPI) Binjai juga.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ariani, Dorothea Wahyu. (2011). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Gaspersz, Vincent. (2012). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Harjanto, J.O. (2011). *Inovasi Produk dan Ekspektasi Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Irawan, H. (2011). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayat Rachmad. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, (15th Edition)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2015). *Principles Of Marketing, (15th Edition)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Managemen Pemasaran Jasa Edisi 3*. Jakarta: Salemba empat.
- Mowen, John C. Michael Minor. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M. N. (2011). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Manullang, Marihot dan Manuntun Pakpahan. (2014). *Metode Penelitian*. Bandung: Citapustaka Media.
- Rahmayanty, Nina. (2011). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusiadi, dkk. (2013). *Metode Penelitian management, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan*. Medan: USU PERS.
- Rusiadi, dkk. (2014). *Metode Penelitian management, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan*. Medan: USU PERS.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Cetakan keempat. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABET.

Siagian. (2012). *Kiat meningkatkan Produktivitas kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandi. (2015). *Pemasaran Jasa-Prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. (2011). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal:

Prita Saraswati, Srikandi Kumadji, Yusri Abdillah (2014) *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan coffee shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur)*.

Sumber:<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/577/779> Di ambil pada tanggal 10 Mei 2020. Pukul 15.35 Wib. Di Medan.

Nur Siti Rahayu (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Jambo Kupu Pasar Minggu Jakarta*.

Sumber:<http://erepository.stein.ac.id/index.php/erepositorystein/article/view/46/48> Di ambil pada tanggal 10 Mei 2020. Pukul 15.45 Wib. Di Medan.

Manshur Yahya (2009) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Espresso Bar Solo tahun 2008*.

Sumber:<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/7306/MTk1ODM=/Pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-Barista-terhadap-kepuasan-konsumen-Kedai-Kopi-Espresso-Bar-Solo-tahun-2008-abstrak.pdf> Di ambil pada tanggal 10 Mei 2020. Pukul 16.15 Wib. Di Medan.

Inka Janita Sembiring, Suharyono, Andriani Kusumawati (2014) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Study pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)*

Sumber:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=265042&val=6468&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20DALAM%20MEMBENTUK%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20Studi%20pada%20Pelanggan%20McDonalds%20MTHaryono%20Malang> Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 13.19 Wib. Di Medan.

Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.*

Sumber:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=915089&val=10544&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20KONSUMEN> Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 13.29 Wib. Di Medan.

Abdul Basith, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat (2014) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang)*

Sumber:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=190025&val=6468&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20DAN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20Survei%20pada%20Pelanggan%20DePans%20Pancake%20and%20Waffle%20di%20Kota%20Malang> Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 13.33 Wib. Di Medan.

Heny Rohaeni dan Nisa Marwa (2018) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.*

Sumber:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=804605&val=10493&title=Kualitas%20Pelayanan%20Terhadap%20Kepuasan%20Pelanggan> Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 13.40 Wib. Di Medan.

Johanes Gerardo Runtunuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh (2014) *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado.*

Sumber:<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5973> Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 13.45 Wib. Di Medan.

Ade Syarif Maulana (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI.*

Sumber: https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-17166-11_0529.pdf Di ambil pada 13 September 2022. Pukul 14.00 Wib. Di Medan.