

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI D.LAB COFFEE AND EATERY  
PANGKALPINANG**

**Idil Pramuja<sup>1</sup>, Hamsani<sup>2</sup>, Sumar<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bangka Belitung, pramuja0203@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Bangka Belitung, hamsani.babel@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas Bangka Belitung, sumarubb001@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena perkembangan bisnis dibidang industri makanan dan minuman, khususnya kafe dan restoran dengan berbagai konsep yang menarik. Salah satu sektor yang kondisi perkembangan industri bisnisnya saat ini yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan adalah bisnis *coffee shop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.

Penelitian ini termasuk penelitian analisis deskriptif. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan uji t bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini sebesar 63,1 dan masih ada 36,9 persen variabel lain diluar penelitian yang masih dapat dikembangkan oleh penelitian selanjutnya.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.**

**ABSTRACT**

**Idil Pramuja 302 19 11 010. *The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang***

*This research is motivated by the phenomenon of business development in the food and beverage industry, especially cafes and restaurants with various interesting concepts. One sector where the current state of business industry development has experienced a significant increase is the coffee shop business. This research aims to determine and analyze the influence of product quality and service quality on satisfaction at D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang.*

# HOLISTIC JOURNAL OF MANAGEMENT RESEARCH

*This research includes descriptive descriptive analysis research. The method used is a quantitative research method. The number of samples in this research was 100 respondents. The sampling technique uses nonprobability sampling. The analysis model used is multiple linear regression analysis.*

*The research results show that product quality, service quality and customer satisfaction are in the very good category. Based on the t test, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the results of the analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) show that the determination ( $R^2$ ) in this study is 63,1 and there are still 36.9 percent of other variables outside the research that can still be developed by further research.*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.**

## PENDAHULUAN

Bisnis *Coffee Shop* di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan para pelaku usaha yang membuka usaha *coffee shop* dengan beragam konsep maupun ide pikiran yang dibuat untuk menarik minat pelanggan dari berbagai kalangan. Bisnis *coffee shop* ini terdapat di kota-kota besar maupun kota-kota kecil. Hal ini merupakan dukungan dari pemerintah setempat yang mempermudah para pelaku usaha dalam mendirikan usahanya. (Hartono, 2018). Pertumbuhan *Coffee Shop* saat ini sudah mencapai 10.000 kedai kopi dan diprediksi masih akan terus tumbuh dengan total pendapatan dari sektor usaha bisnis kedai kopi mencapai 4,16 miliar setiap tahun (Rusadi Putra, 2018).

Menurut Panjaitan dan Yulitati (2016), suatu bisnis *coffee shop* akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang

didapatkan mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan (Irham, *et al*, 2022). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian (Tjiptono, 2019). Apabila tercapai kepuasan pelanggan, maka akan menimbulkan loyalitas. Ketika pelanggan telah merasa puas, maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah bisnis (Achmad, 2022).

Perusahaan dibidang pemasaran tentunya tidak lepas dari adanya faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus senantiasa memperhatikan faktor yang sulit atau rumit, perusahaan harus

senantiasa memperhatikan faktor pelayanan (Noorliana, 2020).

Menurut Dinas Pariwisata Kota Pangkalpinang yang dikemukakan oleh M.Yasin (2022) bahwa total keberadaan penyedia usaha makanan dan minuman di Kota Pangkalpinang sebanyak 168 yang terdiri dari berbagai bidang usaha, mulai dari warung kopi, cafe hingga restoran diduga mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal itulah yang mendorong banyak pengusaha muda untuk membuka usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada, juga melakukan persaingan antara *coffee shop* dengan begitu ketat. Membuat banyak orang berlomba-lomba untuk membuka *coffee shop* atau kedai kopi. Pertumbuhan jumlah kedai kopi terjadi di berbagai daerah, salah satunya di Kota Pangkalpinang.

Banyaknya *coffee shop* di Pangkalpinang membuktikan bahwa para penikmat kopi di Pangkalpinang sangatlah besar. Mulai dari kedai kopi yang besar hingga kedai kopi yang menyediakan dengan harga yang sangat terjangkau untuk dinikmati. Banyaknya *Coffee shop* di Pangkalpinang ini mereka bukan hanya menjual produknya saja tetapi juga suasana, *design*, dan kualitas pelayanannya. Membuat para pengusaha melakukan perubahan dalam setiap bisnis yang dijalankannya untuk bisa menarik konsumen memilih suatu *coffee shop* yang tepat dibandingkan *coffee shop* yang lain.

Salah satu *coffee shop* yang ada di Kota Pangkalpinang adalah *D.lab Coffee and Eatery*, yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Dalam, Batin Tikal, Pangkalpinang. *D.lab coffee and Eatery*

telah mengambil langkah signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dimilikinya. Sejak dimulai pada Januari 2021, *D.lab Coffee and Eatery* berfokus pada peningkatan kualitas penawarannya, yang telah memberi mereka keunggulan kompetitif. *D.lab Coffee and Eatery* memiliki menu yang beragam yang mencakup makanan dan minuman.

Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan (Dahmiri, *et al*, 2021). Hal yang sama juga yang terjadi pada bisnis bidang kuliner didukung oleh hasil penelitian Apriani dan Bahrun (2021) yang menyatakan bahwa produk kuliner berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kualitas produk merupakan ciri-ciri khusus dari suatu produk yang bergantung pada kinerjanya guna memenuhi kebutuhan konsumen baik itu yang dinyatakan ataupun tersirat (Nadution, *et al*, 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga dan memperhatikan kualitas produknya dengan baik agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli dan sebagai potensi menjadi strategi perusahaan untuk menjaga keunggulan bersaingnya (Najib, *et al*, 2020).

*D.lab Coffee and Eatery* memiliki keunggulan yang tidak hanya terdapat pada kualitas produknya tetapi juga memiliki keunggulan yang lainnya. Keunikan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas pelayanan yang

baik serta desain yang mencolok dan taman yang indah yang semakin disempurnakan dengan penggunaan peralatan daur ulang seperti meja, kursi, lampu, dan infrastruktur lainnya. Suasana keseluruhan tempat ini dirancang untuk memberi pelanggan ruang yang nyaman dan mengundang di mana mereka dapat bersantai dengan teman dan sesama pelanggan. (*D.lab Coffee and Eatery*, 2023).

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Armstrong (2014), kualitas produk merupakan sebuah hal yang ditawarkan perusahaan pada pasar untuk mendapatkan minat, dibeli digunakan maupun dikonsumsi dan dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen. Strategi penting guna meningkatkan produk yang mempunyai daya saing serta memberikan kepuasan lebih kepada konsumen atau setidaknya memberikan kualitas yang sama dengan produk pesaing disebut dengan kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk pesaing disebut dengan kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk dapat melakukan fungsi-fungsinya. Konsumen akan melakukan pembelian kembali apabila produk yang dihasilkan perusahaan itu baik, sedangkan kualitas yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen akan memberi peluang bagi konsumen untuk beralih pada produk pesaing (Apriani & Bahrin, 2021).

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Manegal (2021), *service quality* 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 Putri (2020), mengatakan bahwa *service quality* adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Menurut Abdullah & Tantri (2019), *service quality* adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Menurut Gunawan (2019), *service quality* merupakan sebagai suatu ukuran untuk menilai apakah layanan sudah mempunyai nilai guna sesuai yang dikehendaki atau dengan kata lain, suatu barang dapat dikatakan memiliki kualitas pelayanan apabila nilai guna atau fungsinya sudah sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Arianto (2018), *service quality* dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2015), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana

konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat (Danang Sunyoto, 2015). Menurut Bahrudin. M & Zuhro. S (2016), kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Menurut Kotler & Keller (2018), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasilnya terhadap ekspektasi seorang konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Menurut Narimawati, Sarwono, Munandar dan Winanti (2020) riset kuantitatif hanya berfokus pada pengukuran yang objektif dengan bantuan matematis dan statistic untuk mengolah dan menganalisis data yang berupa angka. Data yang akan diperoleh menggunakan angket atau kuisioner yang disebut sebagai data primer dan juga menggunakan data sekunder yang berupa angka-angka untuk representasi sebagai informasi.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada *D.lab Coffe and Eatery* di Pangkalpinang yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No.86,

Kota Pangkalpinang. Penelitian ini dilakukan sejak Januari 2023 sampai dengan selesai.

## **Sampel dan Populasi Penelitian**

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di *D.lab Coffe and Eatery* Pangkalpinang

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Sampel pada penelitian ini adalah perwakilan dari populasi masyarakat yang pernah melakukan pembelian di *D.lab Coffe and Eatery* Pangkalpinang. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan karakteristik tertentu. Adapun dalam mengambil jumlah sampel dalam penelitian ini oleh peneliti dilakukan melalui beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Responden merupakan konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk dan berkunjung di *D.lab Coffe and Eatery* Pangkalpinang.
2. Melakukan pembelian produk minimal dua kali di *D.lab Coffe and Eatery* Pangkalpinang.

3. Pelanggan yang berusia minimal 15 tahun.

Mengingat data populasi tidak diketahui secara pasti ukuran sampel jumlah responden ditentukan dengan rumus Lemeshow sebagai berikut:

1

Keterangan:

$n$  = Ukuran Sampel

$P$  = Nilai esrtimasi dari proporsi, maksimal estimasi 0,5

$q$  =  $1 - P$

$E$  = Presisi (Ditetapkan 10% dengan kepercayaan 95%) = 0,1

$Z$  = Tingkat kepercayaan 95%  
= 1,96

Berdasarkan rumus,

$$\text{maka } n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini minimumnya berjumlah 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

## Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Sugiyono (2017) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan memberi pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada unit analisis atau responden. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden secara *online* dan di isi melalui *google form* oleh konsumen *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.

## Uji Instrumen Penelitian

## Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2017) untuk sah atau kuesioner lainnya digunakan uji validitas. Setiap pertanyaan kepada Pemohon dianggap sah apabila Pemohon dapat menggambarkan dengan lengkap barang yang akan dimusnahkan oleh Pemohon yang bersangkutan. Untuk memeriksa validitas, gunakan koefisien korelasi Pearson di SPSS untuk membandingkan skor setiap item dengan skor keseluruhan yang harus disesuaikan. Jika nilai signifikansi (*P-value*) lebih besar dari 0,05, maka tidak ada hubungan yang signifikan. Namun, jika tingkat signifikansi (*P-value*) kurang dari 0,05, maka akan terjadi keriuhan yang signifikan.

## Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2017) Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) > 0.6 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila  $\alpha < 0.6$  maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mendapatkan jawaban apakah dalam model regresi, sebaran data berdistribusi normal atau tidak pada variabel dependen dan independent. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti kontribisi normal. Jika asumsi dilanggra maka uji statistik menjadi valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistic *kolmogrof-mirov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  (Ghozali, 2020)

#### **Uji Multikolinearitas**

Tujuan ini dalam penelitian adalah menggunakan matriks korelasi. Pengujian apakah adanya gejala multikolinearitas diuji dengan mempertimbangkan nilai matriks korelasi yang diperoleh selama pemrosesan data dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) serta toleransinya. Bila nilai VIF berada dibawah nilai toleransi mendekati 1, maka diartikan kalau problem multikolinearitas tidak terdapat dalam regresi itu. Selain itu, bila matriks korelasi tidak  $> 0,9$  maka bisa diartikan kalau gejala multikolinearitas tidak dimiliki pada data yang akan dianalisa (Ghozali, 2018)

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan. Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu.

#### **Uji Regresi Berganda**

Uji regresi berganda biasanya digunakan untuk mengetahui arah dan besar pengaruh dari variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi berganda didasarkan pada asumsi sebagai berikut (Suharyadi dan Purwanto) :

1. Adanya hubungan yang bersifat linier antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.
2. Variabel terikat bersifat kontinu atau berskala rasio.
3. Keragaman atau residu untuk semua nilai  $y$  yang bersifat konstan dan menyebar secara normal.
4. Pengamatan yang bersifat berurutan terhadap variabel bebas dan tidak berkorelasi.

Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Rumus dari regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien Regresi

e = Standar error

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji T)

Bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independent (x) terhadap variabel dependen (y) secara parsial.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji ini memiliki tujuan yaitu menemukan variabel dependen (Y) untuk mengetahui apakah dipengaruhi secara signifikan dengan cara simultan oleh semua variabel independen.

## HASIL PEMBAHASAN PEMBAHASAN

### Analisi Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan regresi linier berganda bertujuan melihat pengaruh variabel bebas kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### Tabel Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>	
---------------------------	--

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant)	,719	,907	
1	,106	,044	,230
2	,108	,017	,610

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 0,719 + 0,106 (\text{Kualitas Produk}) + 0,108 (\text{Kualitas Pelayanan}) + e$$

### Konstanta =0, 719

Jika variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai 0, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang sebesar 719 (positif).

### Nilai Koefisien Regresi Kualitas Produk (X1) = 0.106

Menerangkan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) bertambah sebesar 1 satuan, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) juga akan bertambah dan meningkat sebesar 0.106 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

### Nilai Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X2) = 0.108

Menerangkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X2) bertambah sebesar 1

satuan, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) juga akan bertambah dan meningkat sebesar 0.106 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai dari t hitung > t tabel dan signifikansi < 0.05.

**Tabel Hasil Analisis Uji Parsial (t)**

Variabel	t hitung	t tabel	sig
Kualitas Produk	.434	.985	.017
Kualitas Pelayanan	.461	.985	.000

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel didapatkan bahwa nilai dari t hitung > t tabel dan signifikansi < 0.05, artinya dapat dikatakan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang. Uji hipotesis variabel kualitas produk dari hasil t hitung

2.434 lebih besar dari t tabel yang bernilai 1.985, dengan nilai signifikansi 0.017 lebih kecil dari signifikansi 0.05 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Jadi dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang. Uji hipotesis variabel kualitas produk dari hasil t hitung 6.461 lebih besar dari t tabel yang bernilai 1.985, dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari signifikansi 0.05 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Jadi dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.

#### Uji Slimultan (f)

Uji slimultan untuk menunjukkan pengaruh slimultan dari seluruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Uji statistik F dapat dilihat dari f tabel < f hitung dan nilai signifikansi < 0.05.

#### Hasil Analisis Uji Slimultan (f)

ANOVA <sup>a</sup>					
<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>sig.</i>
Regression	140,702	2	70,351	5,506	,000 <sup>b</sup>
Residual	79,808	97	,823		
Total	220,510	99			

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel didapatkan bahwa dari nilai  $f$  tabel  $2.70 < 85.506$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.005$ , maka  $H_3$  diterima, artinya dapat dikatakan variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_3$  : Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat diketahui berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang*.

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Hasil Analisis Koefisien Determinasi $R^2$

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,799 <sup>a</sup>	,638	,631	,90706

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel nilai koefisien determinasi  $R^2$  menunjukkan angka *Adjusted R square* 0.631 atau 63.1 persen.

Hal tersebut berarti variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 63.1 persen dan sisanya 36.9 dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### Pembahasan

#### Gambaran umum Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang*.

Pada hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang* masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dari skor rata-rata variabel skor rata-rata variabel kualitas produk sebesar 4.17 kualitas pelayanan sebesar 4.15 dan kepuasan pelanggan sebesar 4.08. Semua variabel berada pada kategori tinggi.

Diperoleh fakta pada hasil penelitian deskriptif bahwa variabel kualitas produk masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan skor rata-rata variabel kualitas produk diperoleh sebesar 4.17 dan hal ini masuk dalam klasifikasi tinggi. Dapat dinyatakan bahwa kualitas produk *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang* sudah baik.

Kualitas pelayanan termasuk kategori tinggi berdasarkan fakta yang diperoleh dalam hasil penelitian deskriptif dengan nilai skor rata-rata sebesar 4.15. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang. Kategori tinggi juga ditunjukkan untuk variabel kepuasan pelanggan karena nilai skor rata-rata yang diperoleh sebesar 4.08 yang termasuk dalam klasifikasi tinggi, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang sudah baik.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel kualitas produk diuji secara parsial terhadap kepuasan pelanggan diperoleh  $t$  hitung sebesar  $2.434 >$  dari  $t$  tabel  $1.985$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.005 <$  taraf signifikansi  $0.05$ . Pada analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisiensi kualitas produk sebesar  $0.106$ . Nilai tersebut menyatakan bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang, yaitu  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan sebaliknya, semakin rendah kualitas produk yang diberikan maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kualitas produk juga harus baik.

Berdasarkan hasil temuan peneliti dari penyebaran kuesioner, diperoleh tanggapan responden bahwa variabel kualitas produk (*performance*, estetika dan persepsi kualitas) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *D.lab Coffee and Eatery* harus dilakukan dengan mempengaruhi dimensi dari kualitas produk yakni *performance*, estetika dan persepsi kualitas.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Tanuwijaya dan Anshori (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *PIPOP COPY* dengan hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama

dalam penelitian ini diterima. Penelitian Saidani dan Arifin (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada *Ranch Market* dengan hasil terbukti secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Penelitian Jahanshahi dkk (2018) dengan judul *Study the Effects of Customer Services and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. dengan hasil Kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen.

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang***

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan diuji secara parsial terhadap kepuasan konsumen diperoleh  $t$  hitung sebesar  $6.461 >$  dari  $t$  tabel  $1.985$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 <$  taraf signifikansi  $0.05$ . Pada analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisiensi kualitas pelayanan sebesar  $0.108$ . Nilai tersebut menyatakan bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil temuan peneliti

dari penyebaran kuesioner, diperoleh tanggapan responden bahwa variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, empati, dan jaminan) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *D.lab Coffee and Eatery* harus dilakukan dengan mempengaruhi dimensi dari kualitas pelayanan yakni, bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, empati dan juga jaminan.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang*, yaitu  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pada penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Yuwananto Eko (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Badan Bangun Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati dengan hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Penelitian Faigah A. Badjamal (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen pada *Bussines Center SOPHIE PARIS* di Kota Pagiri dengan hasil menunjukkan bahwa bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Rizan (2018) dengan judul *Analysis of Service Quality and Customer Statisfaction, and It's Influence on Costumer Loyalty* dengan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang***

Berdasarkan hasil perhitungan Uji F diketahui F hitung sebesar  $85.506 > 2.70$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka H3 diterima. Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan angka *Adjust R Square* 0.631 atau 63.1%. Hal ini berarti variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 63.1%, sisanya sebesar 36.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Hasil ini memperlihatkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang*, yaitu H3 diterima. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan sebaliknya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang kurang baik akan membuat kepuasan pelanggan rendah. Oleh karena itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan harus dijaga dengan baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **PENUTUP Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif gambaran umum, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang* termasuk dalam kategori tinggi.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery Pangkalpinang*.

3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.
4. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.
5. Karyawan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang tidak memiliki kesan sibuk saat melayani konsumen.
6. *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang menyediakan produk dengan jaminan keamanannya agar tidak membahayakan konsumen.

## Saran

### Saran untuk *Coffee Shop D.lab Coffee and Eatery*

1. Bagi *Coffee Shop D.lab Coffee and Eatery* diharapkan harus mempertahankan dan lebih meningkatkan dalam kualitas pelayanannya. Langkah ini diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga menjaga loyalitas pelanggan sendiri di masa yang akan datang.
2. *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang meningkatkan porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen.
3. *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang lebih menyediakan tempat parkir yang teratur untuk konsumen.
4. Karyawan *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang cepat dalam menangani

### Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengembangkan instrumen-instrumen penelitian dengan mempertimbangkan selain dari variabel penelitian ini, misalnya mengkombinasikan variabel kualitas produk dengan variabel harga produk, promosi, kelengkapan produk untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di *D.lab Coffee and Eatery* Pangkalpinang.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, misalnya menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas pelanggan contohnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

## REFERENSI

- Annisa, & Hasoloan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6 (1).
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardene, N., Wijaya, N. M., & Dewi, L. G. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Kualitas Pelayanan pada Scoot Fast Cruises di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 1-13.
- Badjmal, F. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*  
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>.
- Budiarti, N. (2020). Analisis Kualitas Produk untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Indomaret Banjarmasin.
- Fawaid, A., Zuhria, A. V., & Amalia, E. (2022). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada STIE Mandala Jember. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4 (1).
- Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya. *Journal of Indonesia Tourism, Hospitality, and Recreation*, 2 (2), 145-153.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Balance*, XIV (1), 44-56.
- Hadian, A., & Rahmat, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Retail Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Mart 212 di Kota Medan. 6 (2).
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2015). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputpindo.
- Irena, J., & Samuel, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Go-Jek Indonesia. 6 (1), 137-157.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2018 ). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Edisi 12 Jilid 1 & 2.
- Krisdianti, D. L., & Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70 (1).

# HOLISTIC JOURNAL OF MANAGEMENT RESEARCH

- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Jurnal Productivity*, 2 (6).
- Laeli, A. R. (2019). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Empathy, Tangible, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Koim MWR Waru. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuidoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Jurnal Productivity*, 2 (1), 42-46.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2016). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik Menuju Clean Government and Good Governance*. Bandung: CV Pustaka Setia .
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4 (1).
- Nurmin, A. (2018). Pengaruh Kualitas Kualitas Produk dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. 1 (2), 83-101.
- Otgontsetseg, G., & Sukhbat, B. (2019). Service Quality Influence on Customer Satisfaction: In the Case of Mongolia Online Trade Sector. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 4 (1), 2456-6470.
- Priyanghai, M., & Suganya, S. (2019). Influences of Service Quality on Customer Satisfaction of Nationalised Bank in Rural Areas. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 3 (5), 2456-6470.
- Parassuraman & Berry (2011). *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Mandar Maju.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11 (2).
- Prayitno, Y., & Sutanto, E. M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Raja Nikmat Cabang Royal Plaza Surabaya. *Jurnal AGORA*, 6 (2).
- Putri, D. S., & Arifiansyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Auto Service Cempaka Baru. *Journal Stein Erepository*, 15 (1). BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Rohman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam .
- Pahlevi, R. 2021. *Pertumbuhan Jumlah Gerai Minimarket di Indonesia*. Databoks. Katadata.co.id. 25 November 2021.

- Sore, A. D., Tripurwanti, I., & Marganingsih, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swalayan Indomaret Kabupaten Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Customer Satisfaction) di PT. BPRS Mitra Mandiri Sukses di Gresik. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 1 (1). BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Sembiring, & Janita, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15 (1). BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen*, 1, 755-764. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Edisi 4. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI. ISBN 978-623-01-0194-6. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Journal Productivity*, 3 (1). BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Wahyudi, I., Triastuti, N., & Sulaiman, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD.U-Mart. *Jurnal Stimsukmedan SENASHTEK*, 531-537. BIBLIOGRAPHY \l 1033
- Wicaksono, D. A., Maharani, N., & Sari, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Makan Geprek Jombang di Kabupaten Jombang. *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship*, 3 (2). BIBLIOGRAPHY \l 1033

