

M. Lukman Zaini, Verari Nur Alivia..... A, Pengaruh Product Quality SINTEKS Vol 13
No.1 Tahun 2024, 73-83

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
CUSTOMER DI TOKO KOPI JAYA**

Lukman Zaini¹, Verari Nur Alivia. A², Muhammad Romdoni³, Rony Roesdianto⁴
Program Studi S1 Teknik Industri
Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional

ABSTRAK

Product quality dan *service quality* menjadi faktor penting dalam menentukan apakah konsumen akan membeli produk tersebut atau tidak. *Coffe shop* atau kedai kopi merupakan sebuah bisnis yang berfokus pada penjualan kopi dan minuman lainnya, serta makanan ringan atau makanan yang cocok disajikan bersamaan dengan kopi. Salah satu *coffe shop* yang sangat mementingkan *product quality* dan *service quality* adalah Toko Kopi Jaya. Toko Kopi Jaya adalah unit bisnis Koperasi Bhineka Karya Jaya, yang mana koperasi tersebut milik organisasi Purna Paskibraka Indonesia (PPI) Kota Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *product quality* berpengaruh terhadap kepuasan customer, apakah *service quality* berdampak terhadap kepuasan customer, dan untuk mengetahui bagaimana Toko Kopi Jaya tetap menjaga *product quality* dan *service quality*nya, serta faktor-faktor apa saja yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuantitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket (*kuisisioner*). Alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 25. *Product Quality* dan *Service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Customer.

Kata Kunci: *Product Quality, Service Quality, Kepuasan Customer*

ABSTRACT

Product quality and service quality are important factors in determining whether consumers will buy the product or not. A coffee shop is a business that focuses on selling coffee and other drinks, as well as snacks or foods that are suitable to be served with coffee. One of the coffee shops that places great importance on product quality and service quality is Toko Kopi Jaya. Toko Kopi Jaya is a business unit of the Bhineka Karya Jaya Cooperative, where the cooperative belongs to the Purna Paskibraka Indonesia (PPI) organization in Malang City. The purpose of this research is to find out whether product quality has an impact on customer satisfaction, whether service quality has an impact on customer satisfaction, and to find out how Toko Kopi Jaya maintains product quality and service quality, as well as what factors increase customer satisfaction. In this research, researchers used quantitative data collection methods and were observation and questionnaires. The analytical tool used is SPSS version 25. Product Quality and Service Quality partially have a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

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

I. PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat, pentingnya kualitas produk dan layanan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen telah meningkat secara signifikan. Kualitas produk dan layanan merupakan faktor penting dalam memprediksi apakah konsumen akan membeli produk atau tidak. Selain itu, layanan berkualitas tinggi juga sangat penting untuk meningkatkan dan melemahkan loyalitas pelanggan. Penelitian Phan dan Nham (2015:288) hasilnya, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui evaluasi yang diciptakan oleh customer terhadap produk atau layanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kepuasan customer akan terjadi ketika harapan mereka terpenuhi, dan dapat mencapai tingkat kepuasan yang sangat tinggi jika harapan pelanggan melebihi yang diantisipasi (Hidayat & Setiawardani, 2017).

Product quality dapat didefinisikan sebagai kemampuan produk untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan pelanggan dapat tercapai bila produk yang dibeli mempunyai kualitas yang tinggi dan pelayanan yang diberikan sangat baik. Namun, apabila produk dan pelayanan yang telah diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan, ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan kemungkinan pelanggan tidak akan melakukan pembelian kembali. Usaha untuk mendapatkan konsumen tetap dan loyal terhadap jasa kita sangatlah tidak mudah. Banyak hal-hal yang mempengaruhi konsumen untuk menjadi konsumen tetap dan memakai lagi jasa kita.

Pelayanan yang berkualitas tinggi dan memuaskan memiliki potensi untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Keunggulan pelayanan yang baik dan memberikan manfaat optimal bagi konsumen dapat mendorong terbentuknya loyalitas yang konsisten, serta menimbulkan pandangan positif terhadap produsen atau penyedia layanan tersebut (Rahayu & Wati, 2018). Kepuasan konsumen menjadi modal perusahaan untuk mengembangkan usahanya agar semakin besar dan lebih maju lagi. Tetapi jika suatu perusahaan sudah memberi kesan negatif terhadap konsumen maka untuk mendapatkan konsumen yang loyal akan semakin sulit dan peluang perusahaan tersebut untuk berkembang akan semakin berkurang dan lebih

mudah tersaingi oleh perusahaan lain.

Coffe shop atau kedai kopi merupakan sebuah bisnis yang berfokus pada penjualan kopi dan minuman lainnya, serta makanan ringan atau makanan yang cocok untuk disajikan bersamaan dengan minuman kopi. Bisnis ini telah menjadi tren global dan menjadi lokasi pertemuan yang diminati oleh individu dari berbagai kelompok usia. Dalam menjalankan bisnis *coffe shop*, kualitas dan pelayanan menjadi hal yang penting. Pelanggan biasanya datang ke *coffe shop* untuk menikmati kopi, maka kualitas dan layanan kopi yang baik akan mendorong pelanggan untuk kembali ke coffee shop tersebut.

Seiring berjalannya waktu, banyak sekali *coffe shop* yang bermunculan dan bersaing untuk menjadi *coffe shop* yang memiliki banyak konsumen tetapi tidak jarang dari beberapa *coffe shop* yang melupakan hal-hal kecil untuk berkembangnya usaha tersebut. Seperti kualitas produknya dan kualitas pelayannya. Kualitas pelayanan yang baik memiliki banyak aspek yang terkait dengan pengalaman pelanggan. Banyak *coffe shop* yang hanya menjual tempat tetapi tidak memperhatikan produk dan pelayannya terhadap konsumennya. Tak jarang juga beberapa *coffe shop* gulung tikar karena melupakan hal tersebut. Dari beberapa survei yang dilakukan atau pengamatan langsung, kualitas produk dan kualitas pelayan yang diberikan kepada konsumen merupakan

faktor positif yang berpengaruh pada kemajuan bisnis di bidang *food and baverage*. Dari memperhatikan kualitas produk agar tidak berubah, pelayanan yang baik terhadap konsumen, dan tempat yang nyaman akan semakin banyak menarik konsumen lain untuk mengunjungi atau pun menjadi konsumen tetap di perusahaan tersebut. Tidak mudah untuk mempertahankan itu semua, harus banyak belajar dan lebih mendalami apa kebutuhan konsumen saat ini dan apa yang menarik konsumen untuk datang dan datang lagi. Salah satu *coffeshop* yang sangat mementingkan kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen adalah Toko Kopi Jaya. Toko Kopi Jaya adalah unit bisnis Koperasi Bhineka Karya Jaya, yang mana Koperasi tersebut milik organisasi Purna Paskibraka Indonesia (PPI) Kota Malang, sebuah organisasi bergerak di bidang kepemudaan.

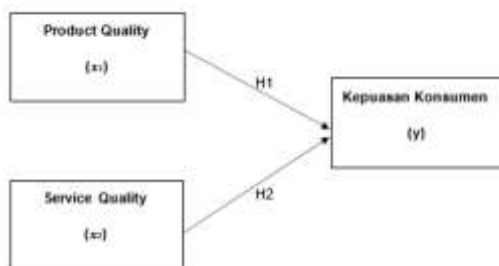
Anggota organisasi ini merupakan individu yang sebelumnya bertugas sebagai anggota Paskibraka dalam peringatan dirgahayu Republik Indonesia pada tingkat kota/kabupaten, provinsi

hingga nasional. Penulis tertarik meneliti Toko Kopi Jaya karena, *coffe shop* ini termasuk *coffe shop* pendatang baru dan dikelola oleh organisasi yang cukup besar di kota malang. *Coffeshop* yang berdiri pada tanggal 12 Januari 2019 ini terletak di Jl. Pajajaran No. 25D, Klojen, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur, memiliki konsep *take away* tetapi juga menyediakan tempat untuk konsumen yang ingin menikmati minuman ataupun makanannya ditempat. *Coffe shop* ini menyediakan menu yang beragam, mulai dari *coffe base*, *milk base*, *chocolate base*, *manual brew*, *tea*, *soda*, *snack* dan juga makanan berat. Meskipun terbilang *coffe shop* baru tetapi Toko Kopi Jaya memiliki 6 cabang yang berada di mojolangu tepatnya di sekretariat PPI Kota Malang, Klojen, Ijen, Begawan, Sukun, dan Sawojajar. Toko Kopi Jaya juga bekerjasama dengan beberapa brand lokal Kota Malang seperti Depot Dua Legenda, Dea Bakery, dan LunchUnited. Untuk mencapai di titik tersebut sangatlah tidak mudah, tentunya banyak sekali pertimbangan dan penelitian agar konsumen bisa terus bertambah dan semakin mengenal Toko Kopi Jaya.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan kuantitatif. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung dan menyebarkan angket kepada beberapa customer untuk hasil penelitian. Metode Pengumpulan Data dilakukan dengan Observasi. Pada penelitian ini target kuisioner adalah customer Toko Kopi Jaya Klojen yang akan disebarkan langsung oleh peneliti. Objek yang akan diteliti adalah customer Toko Kopi Jaya yang sudah berkunjung ke Toko Kopi Jaya dan berusia 18-30 tahun sebagai sampel yang akan diteliti. Setelah itu customer diberikan kuesioner oleh peneliti untuk diisi dan hasil dari jawaban customer akan diolah datanya lalu ditarik kesimpulan dari data yang diperoleh tersebut.

III. PEMBAHASAN



Gambar 1. Kerangka penelitian

1. Variabel Independen (terikat) adalah variabel yang mempengaruhi atau yaitu product quality dan service quality.
2. Variable Dependen (bebas) adalah variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan customer.

Pengaruh Product Quality secara parsial terhadap Kepuasan Customer

Hasilnya memperlihatkan bahwasanya ada pengaruh diantara Product Quality dengan Kepuasan Customer yaitu semakin baik Product Quality maka semakin tinggi Kepuasan Customer di Toko Kopi Jaya. Product Quality membangun Kepuasan Customer sehingga pedagang menjadi memanfaatkan pemasaran yang baik, hal ini berarti Product Quality yang dimiliki pedagang mampu membuat pedagang mengembangkan pengetahuan yang disesuaikan dengan situasi pemasaran dalam melakukan pemasaran yang baik akan membuat konsumen terasa puas. Pernyataan hasil kuisioner variabel Product Quality memiliki nilai tertinggi adalah indikator Keandalan dengan rata-rata 4,46 dengan pernyataan "Produk di Toko Kopi Jaya layak untuk dibeli". Hal ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan Product Quality Toko Kopi Jaya telah memicu ketertarikan pelanggan sehingga mampu membuat pelanggan memiliki kepuasan terhadap produk dari Toko Kopi Jaya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Maria & Anshori (2013) dan Ihsan Mu & Setiawan (2019), studi empirisnya menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, secara parsial.

Pengaruh Service Quality secara parsial terhadap Kepuasan Customer

Hasilnya memperlihatkan bahwasanya terdapat pengaruh antara Service Quality dengan Kepuasan Customer, yang artinya semakin baik tingkat Service Quality, maka semakin tinggi pula Kepuasan Customer di Toko Kopi Jaya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan hasil kuisioner variabel Service Quality memiliki nilai tertinggi adalah indikator Perhatian dengan rata-rata 4,52 dengan pernyataan "Barista Toko Kopi Jaya menghargai setiap pelanggan".

Service Quality mengacu pada orientasi dan kecenderungan produsen untuk mengeksplorasi

peluang baru sehingga membuat produsen memanifestasikan dirinya melalui kecenderungan produsen berani mengambil resiko akan usaha yang dijalani agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya di pasar. Produsen yang selalu memperhitungkan dampak dari keputusan yang diambilnya, maka secara otomatis mendorong tingginya kinerja yang diwujudkan dalam kemampuan produsen dalam mendistribusikan barang produksi. Produsen melalui aktivitasnya berwirausaha yang tinggi artinya terlihat dari semangatnya yang tinggi yang tidak pernah surut hanya dikarenakan sebuah rintangan, hambatan, juga tantangan serta berani mengambil resiko sehingga terbangun kemampuan dalam mengandalkan intuisi hingga menghasilkan laba bagi usaha produsen (Maulana, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian Maria & Anshori (2013), Rahayu & Wati (2018) dan Ihsan Mu & Setiawan (2019) yang menyatakan Service Quality secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Customer

IV. KESIMPULAN

Keimpulan dari penelitian ini adalah

1. *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Customer
2. Secara parsial, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Customer

V. DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th Edition. John Wiley & Sons.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 7th Edition. Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 7th Edition. McGraw-Hill.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Quality dan Kepuasan Pelanggan*. Andi Offset.