



Tersedia online di  
<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk>

Risk

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopicab Kediri

Ratih Purwasih<sup>1</sup>, Untung Susilo<sup>2</sup>, Marwita Andarini<sup>3</sup> dan Afif Nur Rahmadi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

email: <sup>1</sup>[ratihpurwasih@gmail.com](mailto:ratihpurwasih@gmail.com), <sup>2</sup>[untung\\_susilo@unik-kediri.ac.id](mailto:untung_susilo@unik-kediri.ac.id),

<sup>3</sup>[marwita\\_andarini@unik-kediri.ac.id](mailto:marwita_andarini@unik-kediri.ac.id), <sup>4</sup>[afifnur@unik-kediri.ac.id](mailto:afifnur@unik-kediri.ac.id)

### Artikel History:

Artikel masuk : 1 Mei 2022

Artikel revisi : 15 Mei 2022

Artikel diterima : 30 Mei

2022

### Keywords:

*Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab Kediri. Penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kedai Kopicab Kediri, sedangkan sampelnya adalah sebanyak 96 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : (1) Hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. (2) Hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Hasil penelitian secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Kedai Kopicab Kediri. This research used the type of quantitative research. The population in this study were customers of Kedai Kopicab Kediri, while the sample was 96 respondents. The sampling method in this study was using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. While the method of data analysis using multiple linear regression analysis, t test, F test and test the coefficient of determination ( $R^2$ ). From the results of this study it can be concluded that: (1) The results of the study have a positive and significant effect between product quality on customer satisfaction. (2) The results of the study have a positive and significant effect between service quality and customer satisfaction. (3) The results of the study simultaneously product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi membuat persaingan dunia bisnis berkembang sangat ketat, karena perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan berusaha menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan yang berbeda dari pesaing. Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator penting dalam meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan pertumbuhan ekonomi saat ini dapat di lihat dari kemampuan suatu negara untuk menyediakan berbagai jenis barang dan jasa secara ekonomis sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kemajuan teknologi informasi yang setiap saat terus berkembang (Marlinah 2019). Karena pertumbuhan bisnis yang mengalami peningkatan di Indonesia semakin membuka peluang kerja menciptakan lapangan kerja sendiri akan tercapai kehidupan yang lebih baik.

Indonesia sendiri banyak sekali berbagai macam bisnis atau industri yang bermunculan seperti industri kopi karena salah satu negara penghasil kopi yang memiliki beragam jenis kopi, memiliki ciri khas dengan tingkat kekentalan, rasa dan tingkat keasamannya. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan, sebagai sumber penghasilan rakyat karena kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara (Dahang et al. 2020). Ada dua jenis kopi yang menjadi komoditas utama yang dibudidayakan yaitu kopi arabika dan kopi robusta.

Kopi arabika dan kopi robusta memiliki perbedaan rasa yang dihasilkan, kopi arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi yang lebih unggul dan beraroma wangi perpaduan bunga dan buah dibandingkan kopi robusta menghasilkan rasa yang lebih pahit atau tajam dengan rasa seperti kayu dan karet (Farhaty and Muchtaridi 2014). Karena jenis kopi robusta kualitas buahnya lebih rendah memiliki rasa yang lebih menyerupai cokelat, aroma yang dihasilkan khas, warna bijinya bervariasi, tergantung dari cara pengolahannya, teksturnya lebih kasar dan harganya lebih murah daripada kopi arabika harganya mahal.

Untuk menjaga kualitas mutu memakai biji kopi yang setiap minggu berbeda-beda, karena ingin masyarakat Kediri tau rasa kopi dari daerah mana saja, karena biji kopi mempunyai karakter dan rasa berbeda-beda tergantung dari daerah, ketinggian, dan metode pasca panen. Menu unggulan yang digunakan biji kopi adalah kopi espresso based yang menggunakan blend dengan kopi arabika dari toraja dan robusta dari dampit malang dengan ukuran prosentasi 50 : 50 dalam profil roasting medium (media pemanggang). Dan menetapkan standar pembuatan manual brewing dan robusta menggunakan kopi dari dampit Malang dengan profil roasting medium to dark (memanggang sedang sampai gelap).

Banyaknya peminat kopi, membuat industri dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan terus bertambah. Minuman kopi tidak lagi menjadi sekedar untuk dikonsumsi, tetapi minuman kopi kini bisa menjadi pelengkap aktifitas sehari-hari seperti mengerjakan tugas, reuni teman lama dan sudah menjadi tradisi ditempat manapun. Kebiasaan minum kopi di Indonesia dapat dikatakan sedang menggeliat, karena kopi saat ini sudah menjadi sebuah tren dan gaya hidup (life style) (Alfarisi et al. 2021). Dari beberapa kalangan masyarakat, sekolah menengah hingga pekerja kantor pun menggemari minuman kopi yang sudah sangat bervariasi. Meningkatnya permintaan akan kopi, banyak peluang bagi para pelaku bisnis khususnya dalam mengembangkan usaha *caffe* atau *coffee shop* salah satunya yang menjamur di kota Kediri yaitu *Kedai Kopicab*.

*Kedai kopicab* menawarkan berbagai varian minuman yaitu ada manual brew atau kopi seduh manual dibuat dengan menuangkan air panas ke atas gilingan biji kopi, kemudian dibiarkan untuk diseduh (v60, vietnam drip, tubruk arabica, tubruk robusta, tubruk susu, japanese iced coffee), espresso based adalah jenis minuman yang dibuat dari espresso, espresso yaitu jenis kopi yang diseduh dengan menggunakan mesin khusus yaitu mesin espresso dan biji kopi diekstrak dengan tekanan dari mesin (affogato, cappuccino, creme brulle, mochaccino, ngocok yang manis, cab original, cab hazelnut, cab coconut, cab banana), minuman non coffee (milk based : chocolate, matcha, red velvet, taro), (non milk based : blue lychee tea, lemon lychee, jelly lychee tea, yang segar lemon, yang segar lychee, hot lemongrass) minuman signature (lady squash, abbei road, coracora, smurfs) dan snack (french fries, nugget, donat kentang).

Di kedai kopicab ada traning untuk karyawan baru karena dalam pembuatan kopi terlalu lama akan berpengaruh terhadap kualitas kopi, terkadang membuat atau meracik kopi cukup lama akan menurunkan citra rasa kopi saat diminum. Kedai kopicab dalam pembuatan kopi menggunakan metode manual brewing yaitu proses penyeduhan dilakukan secara manual. Kemampuan barista mencampur atau meracik kopi, susu, air dan bahan lainnya sangat menentukan kualitas dan rasa kopi yang dihasilkan. Alat espresso menggunakan rokpreso, dan alat manual brewing dengan beberapa metode yaitu seperti vietnam drip. Peralatan pembantunya adalah grinder atau mesin giling kopi, untuk grinder di kedai kopicab menggunakan mazzet dari italy. Untuk arabika menggunakan hario v60 sedangkan robusta menggunakan latina n65.

Banyaknya konsumsi masyarakat terhadap kedai kopi membuat persaingan bisnis berlomba untuk membuat produk baru yang menarik minat pelanggan. Karena tingkat kualitas produk di kedai kopi mempunyai kriteria masing-masing. Salah satunya dengan mempertingkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebelum menentukan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Budi 2020) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Kualitas produk memiliki dimensi antara lain kinerja (*performance*), fitur (*features*), kehandalan (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Menurut Tjiptono dalam (Utami, Ismanto, and Lestari 2016) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan memiliki dimensi yaitu keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*).

Menurut Kotler dalam (Suparno Saputra 2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai karena kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Ada beberapa faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopicab Kediri”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam perusahaan akan sukses apabila di dalamnya terdapat kegiatan manajemen pemasaran yang baik, untuk dapat mengatur kegiatan pemasaran agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari masing-masing perusahaan dan mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya, Karena perusahaan dapat merencanakan suatu produk baru dan memilih pangsa pasar yang sesuai dan memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Menurut Ir. Agustina Shinta dalam (Maiti and Bidinger 2020) manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan mengkoordinasi) serta mengawasi au mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam (N. Amalia 2019) menyatakan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Pengertian

tersebut bertumpu pada konsep inti dalam pemasaran antara lain kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran, positioning, dan segmentasi, penawaran merek, nilai dan kepuasan, saluran pemasaran, rantai pasokan, pesaing dan lingkungan pemasaran.

Menurut Buchari Alma dalam (Rismawati 2018), manajemen pemasaran berasal dari dua kata manajemen dan pemasaran yaitu dua ilmu yang terpisah kemudian dipadukan dalam satu kegiatan, artinya fungsi-fungsi yang ada dalam kedua ilmu tersebut digabung dan disinergikan dalam suatu implementasi kegiatan. Menurut Griffin dalam (Saputra, Hidayat, and Sunarti 2017) menyatakan bahwa peran manajemen pemasaran bukan lagi hanya membuat strategi untuk mendapatkan pelanggan melainkan menjadikan pelanggan tersebut puas terhadap pemakaian produk yang digunakan. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang puas akan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Proses pemasaran diharapkan dapat menciptakan nilai untuk pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Menurut Kotler dalam (Hermawan 2018) terdapat 5 proses pemasaran antara lain:

1. Memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.  
Kebutuhan manusia adalah keadaan dari perasaan kekurangan, keinginan merupakan kebutuhan manusia yang terbentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang, sedangkan permintaan merupakan keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.
2. Merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh pelanggan.  
Untuk merancang strategi pemasaran yang baik manajer pemasaran harus mampu menjawab pelanggan apa yang harus dilayani dan bagaimana cara terbaik melayani pelanggan ini yang sesuai dengan proporsi nilai kita.
3. Membangun program pemasaran terintegrasi yang memberikan nilai yang unggul.  
Program pemasaran membangun hubungan pelanggan dengan mentransformasikan strategi pemasaran ke dalam tindakan.
4. Membangun hubungan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan.  
Manajemen hubungan pelanggan merupakan keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.
5. Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan keuntungan dan ekuitas pelanggan.  
Nilai anggapan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan tentang perbedaan antara semua keuntungan dan biaya tawaran pasar dibandingkan dengan penawaran pesaing.

### **Kualitas Produk**

Seorang konsumen ketika memutuskan untuk membeli sebuah produk, akan memilih produk yang memiliki kualitas yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan. Peran kualitas dari sebuah produk memiliki banyak fungsi, karena produk dapat memberikan kepuasan pelanggan dalam banyak cara. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar harus membangun kreatifitas tinggi untuk membuat produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang berbeda beda. Dikarenakan konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Maranatha 2020) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Tias Windarti & Mariaty Ibrahim 2017) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Budi 2020) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan dan nilai-nilai yang lain. Sedangkan menurut Kotler

dan Armstrong dalam (Estri Laras Ayu Ningtyas Susilo 2015) mendefinisikan produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Menurut Trigono dalam (Wibawa, Kirya, and Suwendra 2016) yang dimaksud dengan kualitas adalah suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Sedangkan produk adalah objek yang memberikan sejumlah nilai pada konsumen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan baik dalam bentuk barang atau jasa, baik secara fisik atau non-fisik, juga baik secara individu maupun organisasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Menurut Swastha dalam (Prasastiningtyas 2016) produk yaitu suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atau suatu produk.

Menurut Tjiptono dalam (Afnina and Hastuti 2018) menyatakan indikator-indikator yang membentuk kualitas produk yaitu :

1. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik dasar suatu produk, karena setiap produk yang dihasilkan tentu akan mempunyai fungsi dan peran dalam pemberian manfaat produk bagi konsumen yang mengkonsumsi.
2. Keistimewaan tambahan (*features*) yaitu ciri khas yang membedakan suatu produk dengan produk pesaing sejenis.
3. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil atas suatu kegagalan pakai atau kerusakan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance to spesification*), yaitu karakteristik desain dari segi bentuk, ukuran, warna serta pengoperasiannya apakah sudah sesuai dengan standar apa belum.
5. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Kemampuan melayani (*serviceability*), yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*aesthetics*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indra meliputi penampilan, rasa, bau, corak serta daya tarik tersendiri kepada konsumen.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu cita rasa dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Perusahaan harus berusaha memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik guna memenuhi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan inginkan. Semakin baik kualitas jasa yang diberikan maka akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata konsumen. Karena merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam (Rahmadi 2015) kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan menurut Supranto dalam (Hymy and Tanoto 2019) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa yang baik, seperti yang dirasakan oleh konsumen berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dalam (Panjaitan 2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Saputra Nasution and Kurniawati 2019) menyatakan indikator-indikator yang membentuk kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan pengetahuan karyawan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen.
3. Bukti fisik (*Tangible*) yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya.
4. Empati (*Emphaty*) yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan dengan ramah dan menarik, memahami aspirasi konsumen, berkomunikasi yang baik dan benar serta bersikap dengan penuh simpati.
5. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.

Konsumen akan menggunakan kelima indikator kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan kelima indikator kualitas jasa tersebut, perusahaan harus bisa meramu dengan baik, bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

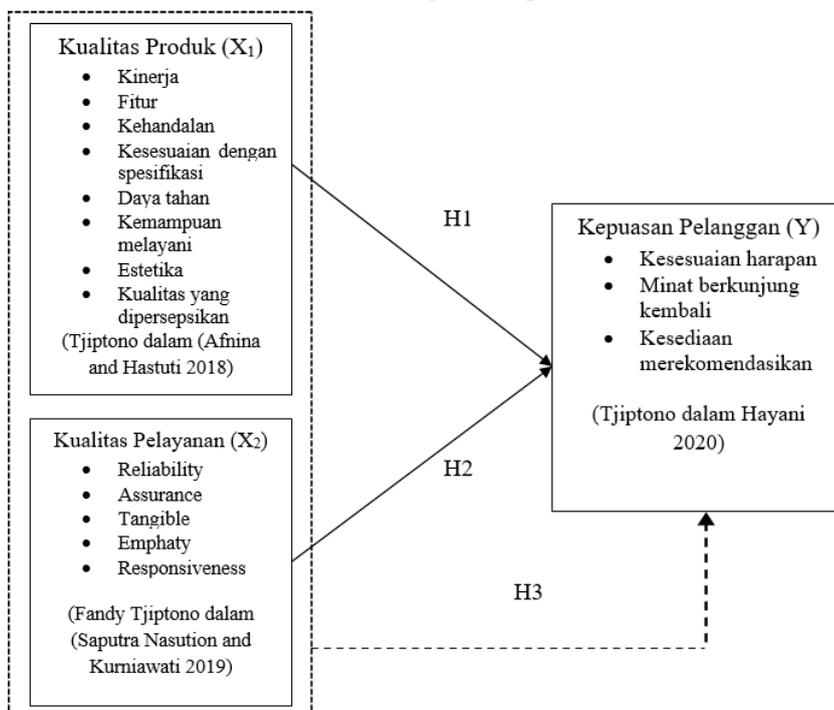
### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Panjaitan 2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan dikatakan tidak puas. jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan dikatakan puas. jika kinerja melebihi harapan, pelanggan dikatakan amat puas atau senang. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Ita Evy Widiastuti, Suparmono 2020) kepuasan pelanggan diartikan sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan sama baiknya dengan yang diharapkan.

**METODE PENELITIAN**

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Populasi dalam penelitian ini yang digunakan adalah pelanggan di kedai kopicab. Kemudian dari populasi tersebut akan diambil sebagian untuk dijadikan sampel, sebagai sumber pengambilan data penelitian.

Menurut (Sugiyono 2017, 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhitung maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Berdasarkan rumus tersebut maka  $n$  yang didapatkan adalah 96,04 dibulatkan menjadi 96, sehingga pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data diantaranya adalah :

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung kepada pengumpul data menurut (Sugiyono 2018, 213). Data diperoleh dari pengisian kuesioner atau angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data menurut (Sugiyono 2018, 213). Misalnya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal, artikel, berita, situs Web, internet, skripsi maupun penelitian yang sebelumnya.

## HASIL & PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas dalam penelitian ini adalah digunakan untuk menguji kevalidan tidaknya suatu kuesioner. Dilakukan dengan membandingkan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel, apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat dinyatakan valid dan sebaiknya. Untuk mendapatkan  $r$  tabel dapat dilakukan dengan uji signifikansi pada taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah  $n$  (sampel) pada penelitian ini sebanyak 96 responden, sehingga dapat diperoleh  $r$  tabel yaitu sebanyak sebesar 0,202.

#### Hasil Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun cara digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha  $>$  0,70.

Berikut tabel hasil uji reabilitas yang dilakukan oleh peneliti :

Tabel 1 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Hasil Uji	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,676	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,757	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,702	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan hasil perhitungan variabel kualitas produk sebesar (0,676), variabel kualitas pelayanan sebesar (0,757), variabel kepuasan pelanggan sebesar (0,702). Dari hasil tersebut terlihat bahwa reliabilitas masing-masing variabel menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,70 maka dinyatakan reliabel.

#### Analisis Regresi Berganda

Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan

program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 22.0 ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.548	1.104		.497	.621
	Kualitas Produk (X1)	.148	.054	.285	2.735	.007
	Kualitas Pelayanan (X2)	.361	.071	.529	5.077	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3 di atas yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,548 + 0,148X_1 + 0,361X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

- a = Konstanta sebesar 0,548 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) konstan atau = 0, maka kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,548.
- b1 = Nilai koefisien beta pada variabel kualitas produk sebesar 0,148 artinya jika variabel kualitas produk meningkat sebesar 1% , maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,148 satuan dengan asumsi  $X_2$  konstan.
- b2 = Nilai koefisien beta pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,361 artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,361 satuan dengan asumsi  $X_1$  konstan.

## Uji Hipotesis

### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). uji t dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai ada tidaknya pengaruh signifikan kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berikut hasil pengujian menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 1 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.548	1.104		.497	.621
	Kualitas Produk ( $X_1$ )	.148	.054	.285	2.735	.007

Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.361	.071	.529	5.077	.000	1108
--------------------------------------	------	------	------	-------	------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan dari uji parsial (uji T) pada tabel 8 diatas didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis 1

“Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab Kediri”. Berdasarkan perhitungan dari tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai Sig. Untuk pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $(0,007 < 0,05)$  dan hasil uji t menggunakan SPSS 22.0 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,735 > t_{tabel}$  sebesar  $1,985$  maka  $H_{a1}$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Kedai Kopicab Kediri.

2. Pengujian hipotesis 2

“Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab Kediri”. Berdasarkan perhitungan dari tabel dapat diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $(0,000 < 0,05)$  dan hasil uji t menggunakan SPSS 22.0 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,077 > t_{tabel}$  sebesar  $1,985$  maka  $H_{a2}$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada kedai Kopicab Kediri.

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). uji F dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji F seperti pada tabel berikut :

Tabel 2 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.546	2	65.273	68.370	.000 <sup>b</sup>
	Residual	88.788	93	.955		
	Total	219.333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>), Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan dari tabel 9 di atas, diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar  $68,370 > F_{tabel}$  sebesar  $3,09$ . Pada uji F di atas didapatkan taraf signifikansi  $0,000$  karena nilai signifikansi (sig  $0,000 < 0,05$ ) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa  $H_{a3}$  diterima artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Kedai Kopicab Kediri.

### Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kolerasi linear berganda digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedaikopicab Kediri. Selanjutnya koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Nilai R<sup>2</sup> semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai

*Adjusted R Square* karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi.

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 <sup>a</sup>	.595	.586	.97709

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>), Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan dari tabel 10 di atas hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,586. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 58,6% terhadap variabel terikat (Y) yakni kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipegaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda koefisien b<sub>1</sub> (X<sub>1</sub>) = 0,148. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain, jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar satu persen, maka kepuasan pelanggan Kedai Kopicab Kediri akan meningkat sebesar 0,148 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil perhitungan uji t secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,735 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Demikian nilai  $t_{hitung}$  (2,735) >  $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kedai Kopicab Kediri. Dengan hipotesis H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Yaitu penelitian yang dilakukan (Umami, Rizal, and Sumartik 2019) yang juga meneliti variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang memberikan hasil bahwa dengan kualitas produk yang bagus semakin tinggi maka akan meningkatkan pula tingkat kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda koefisien b<sub>2</sub> (X<sub>2</sub>) = 0,361. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain, jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar satu persen, maka kepuasan pelanggan Kedai Kopicab Kediri akan meningkat sebesar 0,361 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,077 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Demikian nilai  $t_{hitung}$  (5,077) >  $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab Kediri. Dengan hipotesis H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Yaitu penelitian yang dilakukan (Suyanti 2021) yang juga meneliti variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang memberikan hasil bahwa dengan kualitas pelayanan yang semakin tinggi maka akan meningkatkan pula tingkat kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ada pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab Kediri. Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sedangkan  $F_{hitung}$  sebesar (68,370) >  $F_{tabel}$  sebesar (3,09) dengan hipotesis H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan

Pelanggan (Y). Hasil pengujian ketiga ini sejalan dengan hasil pengujian penelitian terdahulu yang mendukung adanya hubungan secara simultan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji F sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , yaitu penelitian yang dilakukan (Rina Martiana dan Sheli Apriani 2018) yang juga meneliti variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang memberikan hasil bahwa dengan variabel kualitas produk yang bagus dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **SIMPULAN & SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ini berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka dapat ditarik kesimpulan antara lain terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, ini berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan nilai thitung variabel kualitas produk  $2,735 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,007$ . Indikator “estetika” mempunyai hasil tertinggi sebesar  $4,39$  dibandingkan indikator lainnya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, ini berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan nilai thitung variabel kualitas pelayanan  $5,077 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,000$ . Indikator “empati” mempunyai hasil tertinggi sebesar  $4,32$  dibandingkan indikator lainnya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. ini berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan nilai thitung  $68,370 > 3,09$  ( $f_{tabel}$ ) dan nilai signifikansi  $0,000$ . Indikator “kesediaan merekomendasikan” mempunyai hasil tertinggi sebesar  $4,34$  dibandingkan indikator lainnya.

## **SARAN**

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil analisis dan kesimpulan adalah sebagai berikut:

### **Bagi Kedai Kopicab Kediri**

Dari kedelapan indikator kualitas produk yang mempunyai hasil terendah yaitu pada indikator “kinerja” sebesar  $4,10$ . Dengan diadakan penelitian ini diharapkan perusahaan meningkatkan penjelasan kepada konsumen tentang manfaat produk di kedai kopicab. Sedangkan lima indikator kualitas pelayanan yang mempunyai hasil terendah yaitu pada indikator “bukti fisik” sebesar  $4,06$ . Dengan diadakan penelitian ini diharapkan perusahaan meningkatkan desain ruang dan fasilitas tempat duduk. Dan dari ketiga indikator kepuasan pelanggan yang mempunyai hasil terendah yaitu pada indikator “minat berkunjung kembali” sebesar  $4,20$ . Dengan adanya peningkatan “kinerja” dan “bukti fisik” diharapkan konsumen berkunjung kembali di Kedai Kopicab.

Pihak perusahaan harus memberikan kualitas produk yang baik dan menarik agar meningkatkan volume penjualan, meningkatkan laba atau keuntungan bagi Kedai Kopicab dan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumennya, dengan itu kualitas pelayanan dari perusahaan dapat menjadikan konsumen lebih meningkat. Dalam manajemen selalu meningkatkan pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menggapi keinginan dan keluhan konsumen serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik, agar pelanggan dapat lebih tertarik untuk datang dan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan kepuasan tersebut akan timbul dan pelanggan akan loyal kepada perusahaan.

### **Bagi Peneliti**

1. Peneliti yang akan datang diharapkan dapat menganalisis variabel lain yang memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopicab agar hasil yang didapat bisa lebih lengkap dan lebih baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afnina, Afnina, and Yulia Hastuti. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 9(1): 21–30.
- Alfarisi, Ikhsan et al. 2021. "Hilirisasi Industri Kopi Berorientasi Pasar Cafe Kepada Masyarakat Petani Kopi Di Dusun Tuo Limbur Kabupaten Bungo." *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3(2): 66–71.
- Amalia, Aisyah. 2016. "Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(3): 297–306.
- Amalia, Nur. 2019. "Pengaruh Citra Merek , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan )." 6(2).
- Budi, Andhalia Liza Marie dan Andreas. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 25(2): 99–106.
- Dahang, Donatus et al. 2020. "Pengaruh Teknik Budidaya Terhadap Produksi Kopi." 4(2): 47–62.
- Estri Laras Ayu Ningtyas Susilo. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Inovasi Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Roti." : 1–17.
- Fadhilatul Dini Hermanda Rizqia, and Sasi Agustin. 2016. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian." 5.
- Farhaty, Naeli, and Muchtaridi. 2014. "Tinjauan Kimia Dan Aspek Farmakologi Senyawa Asam Klorogenat Pada Biji Kopi : Review." *Farmaka Suplemen* 14(1): 214–27.
- Hayani. 2020. "Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan." *Orphanet Journal of Rare Diseases* 21(1): 1–9.
- Hermawan, Haris. 2018. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 3(2): 152.  
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/21>.
- Hymy, Brilliance Imanuel, and Sherly Tanoto. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel." *Agora* 7(1): 1–8.
- Ita Evy Widiastuti, Suparmono, Muhammad Manar Barmawi. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta." 1(1): 115–25.
- Kristanti, Desi, Septian Dwi Meydiansyah, and Vicka Bella Fahira. 2020. "Pengaruh Produk Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Indosat Di Sakha Phone Gurah." 03.
- Maiti, and Bidinger. 2020. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Jaanji Jiwa Di Jl. Basuki Rhmat Surabaya." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Maranatha, Holfian Daulat Tambun Saribu dan Euodia Grace. 2020. "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt. Astragraphia Medan." 6: 1–6.
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01): 1–14.

- Marlinah, Lili. 2019. "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur Dan Creativepreneur." *Ikraith Ekonomika* 2(1): 32–38.
- Muharam, Wifky, and Euis Soliha. 2017. "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio." *Ilmu dan Riset Manajemen* 7(2014): 1–15.
- Oktaviani, Putri, Sasi Utam, and Budi Susanto. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express Pt . Pos Indonesia ( Persero ) Kantor Pos Kediri Kota." 1(32).
- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati. 2016. "Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Performance " Jurnal Bisnis & Akuntansi "* 6(2): 32.
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(juli): 1–15.
- Putranto, Rizky Reza, Sasi Utami, and Rinto Nurbambang. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Jasa Servis Ahas Rizky Motor Prambon Nganjuk )." 2: 182–97.
- Putri, Noventi Ersa, and Dadang Iskandar. 2017. "Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)." *Jurnal Manajemen Indonesia* 14(2): 110.
- Rahmadi, Afif Nur. 2015. "Jurnal Komplek Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Sport Center (Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri) Afif." 3(1).
- Rifqah Harahap, Ratna Rosalina Pakpahan. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan." *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan (S4)*.
- Rijadi, Mochamad Fardian. 2019. "Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo." *Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo* 8(1): 1–21. <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/779>.
- Rina Martiana dan Sheli Apriani. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkap Bitung." *The Asia Pacific Journal of Managemen* 80(3): 391–97.
- Rismawati, Budi Prasetyo and. 2018. "57 | J u r n a l I l m i a h M a n a j e m e n E k o n o m i d a n A k u n t a n s I." 2(2): 57–65.
- S, Nelly Novia, Sasi Utami, and Rinto Nurbambang. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri." 2: 20–37.
- Saputra Nasution, Teguh Iman, and Tri Kurniawati. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina." *Jurnal Ecogen* 1(4): 880.
- Saputra, Setiawan, Kadarisman Hidayat, and Sunarti Sunarti. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas

- Brawijaya Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 50(6): 85–95.
- Sembiring, I. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 15(1): 84504.
- Sepang, Freekley Steyfli Maramis Jantje L, and Agus Supandi Soegoto. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt . Air Manado The Influence Of Product Qulity , Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction At Pt . Air Manado.” 6(3): 1658–67.
- Afnina, Afnina, and Yulia Hastuti. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 9(1): 21–30.
- Alfarisi, Ikhsan et al. 2021. “Hilirisasi Industri Kopi Berorientasi Pasar Cafe Kepada Masyarakat Petani Kopi Di Dusun Tuo Limbur Kabupaten Bungo.” *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3(2): 66–71.
- Amalia, Aisyah. 2016. “Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby.” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(3): 297–306.
- Amalia, Nur. 2019. “Pengaruh Citra Merek , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan ).” 6(2).
- Budi, Andhalia Liza Marie dan Andreas. 2020. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 25(2): 99–106.
- Dahang, Donatus et al. 2020. “Pengaruh Teknik Budidaya Terhadap Produksi Kopi.” 4(2): 47–62.
- Estri Laras Ayu Ningtyas Susilo. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Inovasi Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Roti.” : 1–17.
- Fadhilatul Dini Hermanda Rizqia, and Sasi Agustin. 2016. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.” 5.
- Farhaty, Naeli, and Muchtaridi. 2014. “Tinjauan Kimia Dan Aspek Farmakologi Senyawa Asam Klorogenat Pada Biji Kopi : Review.” *Farmaka Suplemen* 14(1): 214–27.
- Hayani. 2020. “Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.” *Orphanet Journal of Rare Diseases* 21(1): 1–9.
- Hermawan, Haris. 2018. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 3(2): 152.  
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/21>.
- Hymy, Brilliance Imanuel, and Sherly Tanoto. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel.” *Agora* 7(1): 1–8.
- Ita Evy Widiastuti, Suparmono, Muhammad Manar Barmawi. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta.” 1(1): 115–25.
- Kristanti, Desi, Septian Dwi Meydiansyah, and Vicka Bella Fahira. 2020. “Pengaruh Produk Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Indosat Di Sakha Phone

Gurah.” 03.

- Maiti, and Bidinger. 2020. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Jaanji Jiwa Di Jl. Basuki Rhmat Surabaya.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Maranatha, Holfian Daulat Tambun Saribu dan Euodia Grace. 2020. “Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt. Astragraphia Medan.” 6: 1–6.
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01): 1–14.
- Marlinah, Lili. 2019. “Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur Dan Creativepreneur.” *Ikraith Ekonomika* 2(1): 32–38.
- Muharam, Wifky, and Euis Soliha. 2017. “Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.” *Ilmu dan Riset Manajemen* 7(2014): 1–15.
- Oktaviani, Putri, Sasi Utam, and Budi Susanto. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express Pt : Pos Indonesia ( Persero ) Kantor Pos Kediri Kota.” 1(32).
- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati. 2016. “Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Performance “ Jurnal Bisnis & Akuntansi”* 6(2): 32.
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(juli): 1–15.
- Putranto, Rizky Reza, Sasi Utami, and Rinto Nurbambang. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Jasa Servis Ahass Rizky Motor Prambon Nganjuk ).” 2: 182–97.
- Putri, Noventi Ersa, and Dadang Iskandar. 2017. “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp).” *Jurnal Manajemen Indonesia* 14(2): 110.
- Rahmadi, Afif Nur. 2015. “Jurnal Kompilek Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Sport Center (Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri) Afif.” 3(1).
- Rifqah Harahap, Ratna Rosalina Pakpahan. 2014. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan.” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan (S4)*.
- Rijadi, Mochamad Fardian. 2019. “Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo.” *Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo* 8(1): 1–21. <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/779>.
- Rina Martiana dan Sheli Apriani. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkas Bitung.” *The Asia Pacific Journal of Managemen* 80(3): 391–97.

- Rismawati, Budi Prasetyo and. 2018. "57 | J u r n a l I l m i a h M a n a j e m e n E k o n o m i d a n A k u n t a n s I." 2(2): 57–65.
- S, Nelly Novia, Sasi Utami, and Rinto Nurbambang. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri." 2: 20–37.
- Saputra Nasution, Teguh Iman, and Tri Kurniawati. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina." *Jurnal Ecogen* 1(4): 880.
- Saputra, Setiawan, Kadarisman Hidayat, and Sunarti Sunarti. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 50(6): 85–95.
- Sembiring, I. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 15(1): 84504.
- Sepang, Freekley Steyfli Maramis Jantje L, and Agus Supandi Soegoto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt . Air Manado The Influence Of Product Qulity , Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction At Pt . Air Manado." 6(3): 1658–67.
- Setiawati, Ria, Sasi Utami, and Sri Rochani. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri." *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 1(2): 285.
- Sinaga, Anggita, And Sarimonang Sihombing Darna Sitanggang. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan Anggita." 6(1).
- Sugiyono. 2017. "Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015." "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." *Dalam* 1(2): 47–71.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. Hal.130. 36." : 36–42.
- Suparno Saputra, Resty Yulistianis Sudarsa. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment." *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 9(2): 21–31.
- Suyanti. 2021. "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pen Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Ruh Lokasi, Kualita Produk Dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Diwarun Warung Kopi Netral Opi Netral." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Tias Windartil & Mariaty Ibrahim. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang±Pekanbaru." : 1–10.
- Umami, Risatul, As'at Rizal, and Sumartik. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 15(2): 250.

Utami, Amelia Tr, Hadi Ismanto, and Yuni Lestari. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien." *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)* 1(1): 83.

Wibawa, Komang Agus Ardi Ary, I Ketut Kirya, and I Wayan Suwendra. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor." *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha* 4(1):1-8. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/6701>.

Wijaya, Alfi Sukma. 2013. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Counter HP 'Jati Bird' Semarang." *Jurnal Ekonomi Manajemen*: 1-11.