

PENGARUH PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JUNG COFFEE RAWAMANGUN

Rahmawati¹, Clara Tiwow², Guruh Ramadhan³

¹²³Universitas Ibn Chaldun, Jakarta
cipusya.rama@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to: (1) determine the effect of product quality on consumer satisfaction at Jung Coffee, (2) determine the effect of service quality on customer satisfaction at Jung Coffee, (3) find out together the influence of product and service quality on customer satisfaction at Jung Coffee. This study uses validity, reliability, classic assumption test (normality test, multicollinearity test) and multiple regression analysis (t test (partial) (simultaneous) and R-square coefficient determination test. The population in this study is Jung Coffee consumers. 110 respondents were taken, using Non-Probability techniques Data were collected by questionnaire, literature study, and documentation The results showed that: (1) product quality at Jung Coffee had no significant effect on customer satisfaction, (2) service quality in Jung Coffee has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Jung Coffee, (2) mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Jung Coffee, (3) mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen di Jung Coffee. Penelitian ini menggunakan teknik uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas) dan analisis regresi berganda (uji t (parsial) (simultan) dan uji determinasi koefisien Rsquare . Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Jung Coffee. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 110 responden, dengan menggunakan teknik Non-Probability. Data dikumpulkan dengan kuesioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk di Jung Coffee tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) kualitas layanan di Jung Coffee berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

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

LATAR BELAKANG

Sudut pandang warung kopi berubah menjadi tempat yang menyenangkan, nyaman, tenang dan desain interior yang unik serta adanya fasilitas seperti *life music* dan penyediaan *Wi-Fi* untuk para pelanggan. Kedai kopi memberi peluang untuk berkumpul, menulis, membaca, menghibur satu sama lain.

Produk adalah merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar. Produk dapat menjadi kunci utama dalam keberhasilan sebuah usaha kedai kopi. Produk kopi yang baik akan menarik minat pelanggan untuk menetap lebih lama dan kembali untuk membeli produk yang sama ditempat yang sama karena mungkin produk yang disajikan memiliki cirri khas tersendiri yang tidak bisa didapatkan di kedai kopi lain. Konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan dan penjualan (Kotler & Keller, 2016).

Selain produk yang mendukung sebuah usaha, kualitas pelayanan juga memiliki peran untuk keberhasilan sebuah usaha. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan sebuah usaha. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan, dimana pelayanan meliputi senyum, tutur kata, gerak-gerik, cara berpakaian dan sebagainya (Priansa, 2017). Pelanggan akan sangat senang menetap lebih lama untuk menikmati pelayanan yang menurut pelanggan sangat nyaman bahkan menyenangkan. Kualitas pelayanan yang baik sulit dipelajari karena itu mencakup perasaan dan sikap seorang petugas pelayanan. Jika petugas pelayanan sedang mengalami *mood* yang kurang baik, maka pelayanan yang diberikan akan terasa berbeda. Maka petugas pelayanan harus bisa memisahkan persoalan pribadi mereka disaat sedang bekerja untuk melayani pelanggan. Proses pembelajaran bagaimana seharusnya memberikan pelayanan dengan baik untuk sampai pada tingkat kepuasan konsumen oleh perusahaan sebenarnya telah diberikan panduan dalam bentuk buku pedoman perilaku staf, dalam buku panduan tersebut secara jelas disebutkan bagaimana perilaku staf dalam menghadapi konsumen, bagaimana perilaku profesional yang harus diberikan dalam kaitannya dengan pelayanan konsumen serta panduan pelayanan lainnya dalam upaya perusahaan memberikan pelayanan sebagaimana mestinya (Kirom, 2016).

Untuk mendirikan usaha produk dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi masa usaha yang dibangun oleh pengusaha bisnis. Dengan para pengusaha menyajikan produk yang baik, unik dan memiliki ciri tersendiri serta menggabungkan kualitas pelayanan yang memuaskan akan mempengaruhi rasa kepercayaan pelanggan. Rasa kepercayaan atau kepuasan pelanggan yaitu sebuah perasaan yakin terhadap suatu hal yang diyakini oleh dirinya sendiri bahwa hal yang dirasakan adalah hal yang tulus, nyaman dan membuat dirinya untuk mau berkunjung lagi. Kepercayaan pelanggan adalah hal yang sulit untuk didapat oleh pelaku usaha, karena itu akan memperpanjang masa usia dari sebuah usaha bisnis itu sendiri. Dalam buku Tjiptono edisi 4 menyatakan bahwa kunci strategi kepuasan konsumen terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaing. Tantangannya adalah bahwa perilaku konsumen itu dinamis dan dipengaruhi beraneka faktor, baik internal maupun eksternal (Tjiptono, 2018).

Awal mula berdirinya usaha kedai kopi di Jung Coffee, yang berada di Jl. Rawamangun Muka Barat block C.12 Jakarta Timur. Jung Coffee menyediakan berbagai macam jenis kopi dari beberapa Daerah. Adapun beberapa pesaing yang menjalankan usaha yang sama dan berada disekitar Jung Coffee. Pelanggan yang pernah singgah di Jung Coffee juga ikut serta menjadi bagian dari media sosial Instagram yang memiliki 1.543 *following*.

Produk dan kualitas pelayanan di Jung Coffee mengukur minat para pelanggan untuk menghabiskan waktu di kedai kopi, berdasarkan latar belakang faktor yang mempengaruhi para pelanggan Jung Coffee. Dari segi produk peneliti melihat kurangnya ketersediaan produk kopi yang selalu berubah dan hal tersebut membuat kecewa pelanggan yang datang untuk menikmati kopi tersebut. Sedangkan dari segi kualitas pelayanan adanya tindakan pilih kasih antara konsumen yang memang datang untuk menikmati kopi dan konsumen yang datang sebagai teman dari pemilik dan karyawan Jung Coffee yang selalu didahulukan pesannya dan itu membuat ketidaknyamanan untuk konsumen lain. Peneliti melihat adanya masalah pada kepuasan pelanggan Jung Coffee, pada hari Sabtu Minggu Jung Coffee menetapkan konsep "*Only Drinks*", setelah peneliti bertanya kepada karyawan hal tersebut bukan konsep melainkan pilihan lain untuk memberikan karyawan tetap Jung Coffee libur. Dan pada hari Sabtu Minggu hanya ada pekerja *part time* dan *owner*. Hal tersebut membuat kepuasan konsumen berkurang drastis karena tidak adanya makanan untuk mengisi waktu mereka berkumpul di Jung Coffee, konsumen yang biasanya betah berlama-lama pada hari Sabtu Minggu, hanya singgah sementara dan mencari makanan diluar Jung Coffee. Peneliti melihat masalah tersebut bisa mempengaruhi citra dari Jung Coffee yang sudah berjalan 4 tahun.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas produk kopi di Jung Coffee berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan di Jung Coffee berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah produk dan kualitas pelayanan di Jung Coffee sangat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Jung Coffee.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jung Coffee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Jung Coffee.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Perusahaan harus memikirkan produk yang dihasilkan pada 3 tingkatan, yaitu (Yulianti & Saputri, 2016):

1. *Core Product* atau Produk inti adalah tingkatan yang paling pertama dan sentral dari suatu produk yang melibatkan penampilan fisik dari suatu produk, kualitas

produk tersebut, serta kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, termasuk kegunaan fungsionalnya.

2. *Actual Product*, perusahaan harus membangun produk aktualnya di berbagai posisi yang dekat dengan produk inti. Perencana produk perlu mengubah manfaat inti menjadi produk aktual. Mengembangkan fitur produk dan jasa, desain, tingkat kualitas, nama merek dan kemasan.
3. *Augmented Product*, perencana produk mendesain produk aktual dan mencari cara menambah manfaat produk tersebut untuk menciptakan paket manfaat yang paling memuaskan konsumennya.

Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang ada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakannya.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Abdullah & Tantri, 2018). Kepuasan publik merupakan respon publik terhadap ketidaksesuaian antara tingkat harapan yang dimiliki dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah memanfaatkan pelayanan publik (Priansa, 2017). Sedangkan menurut Tjiptono secara sederhana, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian (Tjiptono, 2018). Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga (Kotler & Keller, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengambil data. Penelitian deskriptif pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Tipe penelitian menggunakan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Jung Coffee Rawamangun. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental sampling* lalu dilakukan *purposive sampling*. Skala pengukuran menggunakan *Likert*. Uji Validitas menggunakan korelasi *Product Moment*, sedangkan uji Reliabilitas dengan *Cronbach Alfa*. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda.

Penelitian ini dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Metode sampel yang digunakan adalah *non probability* melalui teknik *Accidental sampling* sampling lalu dilakukan *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jung Coffee. Dengan hasil yang didapat uji - t sebesar 0,257 dan sig 0,798 > $\alpha = 0,05$. Disimpulkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Produk di Jung Coffee diperoleh

dari berbagai daerah di Indonesia. Yang juga memajukan hasil pertanian di Indonesia. Produk dikemas dengan desain yang menarik dengan cara menggambar suatu objek diatas kopi dengan cream. Konsumen sangat tertarik untuk mengabadikan objek tersebut dalam media sosial mereka.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Jung Coffee. Didapat dengan hasil uji $-t$ sebesar 10,062 dan $\text{sig } 0,000 < \alpha = 0,05$. hal ini diartikan bahwa adanya peningkatan kualitas maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor dorongan yang menggerakkan usaha untuk mendorong peningkatan Jung Coffee agar konsumen merasakan kenyamanan saat berada di Jung Coffee. Jung Coffee adalah usaha yang memerlukan kualitas pelayanan agar setiap pelayanan yang diberikan memberikan kesan yang baik untuk setiap pelanggan yang datang ke Jung Coffee.

Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 82,846 nilai ini lebih besar dari F_{tabel} 3,08 atau $F_{hitung} 82,846 > F_{tabel} 3,07$ dengan probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitas jauh lebih kecil 0,05 maka produk dan kualitas pelayanan secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dirasakan pada pelanggan Jung Coffee bahwa produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Produk yang baik memiliki hasil yang memberikan rasa yang menarik bagi para konsumen. Produk dibuat agar memiliki ciri khas yang menggambarkan identitas Jung Coffee yang mungkin tidak dimiliki. Akan tetapi produk yang dihasilkan kurang menarik kepuasan konsumen. Sehingga produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor dorongan yang menggerakkan usaha untuk mendorong peningkatan Jung Coffee agar konsumen merasakan kenyamanan saat berada di Jung. Dan hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Jung Coffee. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Jung Coffee. Produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Jung Coffee.

Meningkatkan menu makanan karena minat pelanggan akan ketersediaan makanan sangat banyak. Pelanggan berkunjung ke Jung bukan hanya untuk menikmati kopi saja tetapi sajikan makanan pendamping yang beraneka menu. Menghilangkan konsep “*No Food*” pada hari Sabtu dan Minggu agar konsumen tidak menghilang atau menurun di hari tersebut karena dapat merusak citra dari Jung Coffee itu sendiri. Pelanggan merasa kecewa akan konsep tersebut. Memperluas area Jung agar sirkulasi udara teratur dan tidak sesak. Pelanggan Jung Coffee semakin malam semakin ramai, hal tersebut sangat tidak baik untuk kesehatan konsumen apalagi mayoritas pelanggan Jung Coffee laki-laki, muda dan perokok. Mempertahankan ketersediaan produk kopi dari berbagai Daerah agar pelanggan tidak kecewa. Menerapkan sistem *Stock Opname*, agar pelanggan yang mencari kopi yang disukai tidak kecewa karena ketersediaan stok kosong.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Aisyah, W. U., Salim, F., & Sofyan, M. (2019). The Influence of Service Quality and Price on the Interest of Commuterline KRL Passengers. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 13-18. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/29/29>
- Amelia, S., Salamah, H., & Sofyan, M. (2019). Effect of Marketing Strategy and Service Quality Against the Decisions of Parents. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 31-37. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/31/31>
- Kirom, B. (2016). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Edisi Revisi* (Revisi ed.). Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sofyan, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(3), 194-204. doi:10.32503/jmk.v4i3.586
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yulianti, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Deep Publishing.