

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI WARKOP BERCAKAP CABANG CILEDUG KOTA TANGERANG

Dede Abdurohman, S.E., M.M.¹, Muhammad Restu Wijaya, S.E., M.M.², Widya Chandra Dewi, S.E., M.M.³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Email: dosen02402@unpam.ac.id¹,

dosen02268@unpam.ac.id², dosen02281@unpam.ac.id³,

ABSTRACT

Purpose. *This research aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the Warkop Bercepat coffee shop, Ciledug branch, Tangerang city, both partially and simultaneously.*

Methods. *The research method used in this research is a quantitative method. The sample obtained was 100 respondents using the Slovin Formula. The data analysis methods used in this research are simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, t test, and f test. The results of the research show that there is a positive and significant influence on product quality (X1) on consumer satisfaction (Y) at the Warkop Bercepat coffee shop, Ciledug branch, Tangerang city.*

Findings. *There is a calculated t value > t table or $3.379 > 1.985$ and a probability significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination shows that product quality (X1) contributes to consumer satisfaction (Y) by 43.7%. There is a positive and significant influence of service quality (X2) on consumer satisfaction (Y) at the Warkop chat coffee shop, Ciledug branch, Tangerang city, with a calculated t value > t table or $4.284 > 1.985$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination shows that service quality (X2) contributes to consumer satisfaction (Y) by 47%.*

Implication. *Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai kopi warkop bercakap cabang ciledug kota tangerang dengan nilai F hitung > F tabel atau $53,870 > 3,09$ dan tingkat signifikansi probabilitas $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 52,6%.*

Keywords. *Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi warkop bercakap cabang ciledug kota tangerang baik secara parsial maupun simultan.

Metode. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang di dapat sebanyak 100 responden dengan menggunakan Rumus Slovin. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji f. hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai kopi warkop bercakap cabang ciledug kota

tangerang

Hasil. Terdapat nilai t hitung $>$ t tabel atau $3,379 > 1,985$ dan tingkat signifikansi probabilitas $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan kualitas produk (X1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 43,7%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai kopi warkop bercakap cabang ciledug kota tangerang, dengan nilai t hitung $>$ t tabel atau $4,284 > 1,985$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 47%.

Implikasi. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai kopi warkop bercakap cabang ciledug kota tangerang dengan nilai F hitung $>$ F tabel atau $53,870 > 3,09$ dan tingkat signifikansi probabilitas $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 52,6%.

Kata Kunci. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang menekankan bahwa minum kopi bisa dilakukan di mana saja. Mereka juga berusaha untuk menjaga kualitasnya dengan menghadirkan dan mempertahankan rasa kopi yang konsisten. Karena produk yang baik dan berhasil adalah produk yang bisa bertahan dengan keotentikannya.

Apabila keluhannya bisa secara langsung ditangani, pelayan kedai kopi berusaha menyelesaikan dan mengatasinya saat itu juga. Namun pihak kedai kopi tidak melakukan pencatatan terhadap keluhan yang masuk. Sehingga pihak kedai kopi tidak memiliki data yang akurat mengenai jumlah keluhan yang masuk. Untuk mengetahui dengan pasti jenis keluhan yang ada.

Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Hal itu dapat dilakukan dengan mewujudkan pelayanan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perusahaan juga dapat memberikan bukti langsung. Seperti fasilitas pendukung yang diberikan dapat membantu atau memudahkan konsumen. Perusahaan dapat melakukan penanganan atau pencegahan secara cepat dan tanggap terhadap hal-hal yang dapat membuat konsumen tidak nyaman. Serta perusahaan dapat mengoptimalkan kinerjanya dengan memberikan jaminan bahwa konsumen dapat mencapai kepuasan.

Begitu pula dari segi pelayanan, apabila perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. Maka konsumen tidak akan mudah berpaling ke produk lain yang memiliki pelayanan lebih baik. Dari kedua hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pra survei, terdapat fenomena pada kepuasan konsumen di kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang. Dimana hasil dari pra survei dari kualitas produk dan kualitas pelayanan menunjukkan respon yang belum terlalu baik.

Terlihat dari masih banyaknya berbagai keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan analisa lebih lanjut mengenai kepuasan yang konsumen dapatkan pada kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang. Peneliti berharap dengan diadakannya penelitian ini dapat membantu kedai kopi cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang”

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kualitas Produk

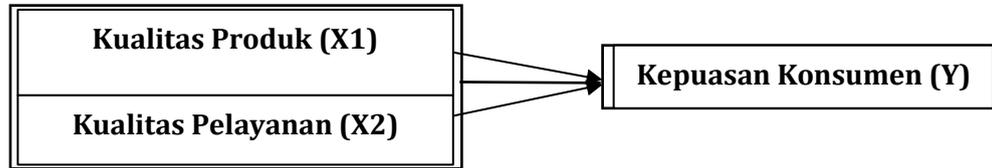
Menurut Daulay (2017), kualitas produk adalah pemenuhan harapan konsumen oleh perusahaan melalui aktivitas-aktivitas yang dibuat oleh perusahaan. Sehingga menghasilkan produk yang berkualitas. Menurut Hutchin dalam Siregar & Fadillah (2017), kualitas produk adalah kecocokan dan kesesuaian dengan spesifikasi dan standar yang berlaku. Sehingga dapat memuaskan keinginan, memenuhi kebutuhan dan pengharapan dengan biaya kompetitif.

Kualitas Pelayanan

Menurut Gaspersz dalam Lestiyono (2018), kualitas pelayanan adalah keadaan dimana produk yang dikonsumsi konsumen dapat memenuhi dan memberikan keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Usmara dalam Abdul Gofur (2019), kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap dan hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan hasil.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam Windarti & Ibrahim (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H₁: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya Kota Tangerang.
 H₂ Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya Kota Tangerang.
 H₃ Kualitas produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan pada kedai kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya Kota Tangerang.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian paling tidak menguraikan populasi dan sampel, operasionalisasi variabel dan teknik analisis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dimana data yang diperoleh berasal dari kuesioner yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Menurut Sugiyono (2017:8) “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Kemudian, Menurut Sugiyono (2017:147) “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan apa adanya dan tidak ada maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi”. Penelitian ini mengulas mengenai variabel Lingkungan Kerja Non Fisik (X₁) dan Disiplin Kerja (X₂) sebagai variabel independen, serta variabel Kinerja Karyawan (Y) sebagai variabel dependen. Objek yang diselidiki dalam penelitian ini adalah Lingkungan Kerja Non Fisik dan Disiplin Kerja dalam konteks Kinerja Karyawan di PT Ohgishi Indonesia. Jenis data yang digunakan meliputi data primer (teknik observasi dan penyebaran angket) dan data sekunder (dokumentasi dan studi kepustakaan).

Prosedur Sampel

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian produksi, yaitu sebanyak 600. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di PT Ohgishi Indonesia. Dalam menentukan besarnya jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N = jumlah anggota populasi

n = besar sampel

e = batas kesalahan yang diinginkan 10%)

Dalam penelitian ini data jumlah populasi yang diperoleh dari kantor yaitu sebanyak 600 orang karyawan. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$= \frac{600}{1 + 600(10\%)^2}$$

= 99,83 = 100 orang

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menjawab hipotesis yang diajukan berdasarkan teknik analisis yang sudah dijelaskan. Hasil penelitian dilanjutkan dengan pembahasan yang memadai.

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Sederhana Secara Parsial Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.314	1.526		8.725	.000
	KUALITAS PRODUK	.312	.036	.661	8.714	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil persamaan regresi yaitu $Y = 13,314 + 0,312X_1$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai konstanta adalah 13,314 artinya jika tidak terjadi perubahan pada variabel kualitas produk (X₁). Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang adalah sebesar 13,314 satuan.
2. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0,312, artinya jika variabel kualitas produk (X₁) meningkat sebesar 1%. Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang meningkat sebesar 0,312. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X₁) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen.

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Sederhana Secara Parsial Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.342	1.423		9.377	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.308	.033	.686	9.331	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil persamaan regresi yaitu $Y = 13,342 + 0,308X_2$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai konstanta adalah 13,342 artinya jika tidak terjadi perubahan pada variabel kualitas

pelayanan (X2). Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang adalah sebesar 13,342 satuan.

2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,308, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X2) meningkat sebesar 1%. Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang meningkat sebesar 0,308. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda Secara Simultan Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.268	1.485		7.586	.000
	KUALITAS PRODUK	.162	.048	.344	3.379	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.195	.046	.436	4.284	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil persamaan regresi yaitu $Y = 11,268 + 0,162X_1 + 0,195X_2 + e$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai konstanta adalah 11,268, artinya jika tidak terjadi perubahan pada variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), dimana nilai X1 dan X2 adalah tetap. Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang adalah sebesar 11,268 satuan.
2. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0,162, artinya jika variabel kualitas produk (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi kualitas pelayanan (X2) dan konstanta (a) adalah tetap. Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang meningkat sebesar 0,162. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen (Y). Sehingga apabila semakin tinggi kualitas produk (X1) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang konsumen rasakan.
3. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,195, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi kualitas produk (X1) dan konstanta (a) adalah tetap. Maka kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang meningkat sebesar 0,195. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen (Y). Sehingga apabila semakin tinggi kualitas pelayanan (X2) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang konsumen rasakan.

Tabel 4. Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.526	.516	1.461

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.20 di atas, menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,725. Hal ini menunjukkan nilai koefisien korelasi tersebut positif dan berada diantara nilai 0,71-0,99 pada tabel interpretasi nilai koefisien korelasi. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan atau korelasi antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah kuat. Dengan nilai koefisien regresi positif, berarti terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.526	.516	1.461
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK				

Sumber : Output SPSS 25

menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi pada R Square sebesar 0,526. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dalam menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 52,6%, sedangkan sisanya 47,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teramati.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Secara Parsial Antara Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.268	1.485		7.586	.000
	KUALITAS PRODUK	.162	.048	.344	3.379	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.195	.046	.436	4.284	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel yang tercantum di atas, 1. Kualitas produk (X1) memiliki nilai sig. lebih kecil (<) dari 0,05 yaitu 0,001 < 0,05 dan nilai t tabel = $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-2-1) = t(0,025; 97) = 1,98472 = 1,985$. Berarti nilai t hitung lebih besar (>) dari t tabel yaitu 3,379 > 1,985, sehingga Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang diterima.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Secara Parsial Antara Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.268	1.485		7.586	.000
	KUALITAS PRODUK	.162	.048	.344	3.379	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.195	.046	.436	4.284	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Output SPSS 25

Dengan merujuk pada hasil pengujian hipotesis dalam tabel diatas, 2. Kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai sig. lebih kecil (<) dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t tabel $= t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-2-1) = (0,025; 97) = 1,98472 = 1,985$. Berarti nilai t hitung lebih besar (>) dari t tabel yaitu $4,284 > 1,985$, sehingga Ho2 ditolak dan Ha2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Warkop Bercakap Cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.877	2	114.938	53.870	.000 ^b
	Residual	206.963	97	2.134		
	Total	436.840	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK						

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan pengujian hipotesis yang terdapat dalam tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 53,870 dengan nilai F tabel $= f(k; n-k) = f(2; 100-2) = f(2; 98) = 3,09$. Hal ini menunjukkan nilai f hitung lebih besar (>) dari f tabel yaitu $53,870 > 3,09$ dan tingkat signifikansi lebih kecil (<) daripada 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga Ho3 ditolak dan Ha3 diterima.

Kesimpulan

Pengaruh Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

Berdasarkan hasil analisis, hal ini dapat di tunjukan dengan nilai persamaan regresi $Y = 13,314 + 0,312X_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,661, artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisiendeterminasi sebesar 0,437 atau 43,7%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $3,379 > 1,985$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

Pengaruh Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Berdasarkan hasil analisis, hal ini dapat di tunjukan dengan nilai persamaan regresi $Y = 13,342 + 0,308X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,686, artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisiendeterminasi sebesar 0,470 atau 47,0%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $4,284 > 1,985$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Pengaruh Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Berdasarkan hasil penelitian, hal ini dapat di tunjukan dengan nilai persamaan regresi $Y = 11,268 + 0,162X_1 + 0,195X_2 + e$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,725, artinya kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,526 atau 52,6%. Uji

hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $53,870 > 3,09$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Penulis menyarankan kepada Kedai Kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang untuk meningkatkan fasilitas wi-fi. Hal ini dikarenakan dari hasil uji validitas kualitas produk (X1) nilai terendah sebesar 0,392 pada pernyataan kedai kopi Warkop Bercakap memiliki fasilitas tambahan yang baik (wi-fi).
2. Penulis menyarankan kepada Kedai Kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang untuk meningkatkan pelatihan dan keandalan karyawan dalam menangani masalah konsumen. Hal ini dikarenakan dari hasil uji validitas kualitas pelayanan (X2) nilai terendah sebesar 0,595 pada pernyataan saya merasa karyawan kedai kopi Warkop Bercakap dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen.
3. Penulis menyarankan kepada Kedai Kopi Warkop Bercakap cabang Ciledug Raya, Kota Tangerang untuk meningkatkan kualitas rasa produk dan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Hal ini dikarenakan dari hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y) nilai terendah sebesar 0,636 pada pernyataan saya menyukai produk di kedai kopi Warkop Bercakap karena rasanya enak.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Ma'ruf. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Aswaja Pressindo
- Aditama, Roni Angger. (2020). Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi. Malang : AE Publishing
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Grasindo
- Kadir. (2015). Buku Statistik Terapan. Depok : PT RajaGrafindo Persada
- Manullang, M., Hutabarat, Esterlina. (2016). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Bandung : Indomedika Pustaka
- Ningrum, Harini Fajar. (Ed). (2021). Pengantar Manajemen. Bandung : CV. Media Sains Indonesia
- Nurlan, Fausiah. (2019). Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare : CV. Pilar Nusantara.
- Nuryadi., Astuti, Tutut Dewi., Utami, Endang Sri., Budiantara, M. (2017). Dasar- Dasar Statistik Penelitian. Yogyakarta : Sibuku Media
- Putri, Budi Rahayu Tanama (2017). Manajemen Pemasaran. Fakultas Peternakan Universitas Udayana Bali
- Sinambela, Lijan Poltak. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif : Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Siregar, Syofian. (2015). Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta : Bumi Aksara
- Santoso, Singgih. (2015) SPSS Statistik Parametrik. Jakarta : PT. Elek Media Komputindo
- Siswanto, H.B. (2018). Pengantar Manajemen. Jakarta : Bumi Aksara
- Sudarsono, Heri. (2020). Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. Jember : CV. Pustaka Abadi
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suprihanto, John. (2014). Manajemen. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Suryani. (Ed). (2019). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam. Sleman : Penerbit Deepublish
- Syahrum & Salim (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung : Cita Pustaka Media
- Wijoyo, Hadion. (Ed). (2021). Manajemen Pemasaran. Solok : Penerbit Insan Cendekia Mandiri