

KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BLACK KAWA COFFEE SURABAYA

James Christantyo

Universitas Ciputra

E-mail: jchristantyo@student.ciputra.ac.id

Abstract: This study aimed to analyze the influence of product and service quality the to customer satisfaction. The population of the the study was Black Kawa Coffee's customers who has member card and already has more than 2 stamped, selected using saturation sampling methods. Instrument model used in this research was questioner. The result showed that 1) Product quality of Black Kawa Coffee has affects on customer satisfaction, 2) Service quality of Black Kawa Coffee affects customer satisfaction

Keywords: Coffee Shop, Customer Satisfaction, Products Quality, Service Quality

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan Black Kawa Coffee yang memiliki kartu membership stamp dan telah memiliki lebih dari 2 stempel, dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Metode pengambilan data yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas produk di Black Kawa Coffee memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2) Kualitas layanan di Black Kawa Coffee memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Coffee Shop, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Trend untuk meminum kopi telah menjadi sebuah budaya di berbagai kalangan masyarakat di seluruh dunia tak terkecuali di masyarakat Indonesia. Minum kopi tidak hanya menjadi suatu rutinitas semata, tetapi telah memberikan pengalaman tersendiri bagi para penikmatnya. Kopi merupakan salah satu hasil komoditi Indonesia yang cukup populer pada saat ini. Pada tahun 2017, data yang dicatat oleh AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) menunjukkan bahwa konsumsi kopi masyarakat Indonesia mengalami kenaikan sejak tahun 2012. Dengan adanya trend minum kopi ini, banyak gerai - gerai kopi nasional maupun internasional membuka outlet di Surabaya. Surabaya menjadi salah satu pangsa pasar yang baik karena Surabaya menjadi salah satu kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat mempengaruhi pertumbuhan bisnis restoran dan *café* di Surabaya sehingga memunculkan gaya hidup yang baru di dalam masyarakat kelas menengah yaitu mengkonsumsi kopi pada gerai kopi modern (*Coffee Shop*).

Black Kawa Coffee merupakan kedai kopi yang berada di kota Surabaya. Black Kawa sudah berdiri sejak tahun 2015 yang sampai sekarang masih tetap mempertahankan beberapa menu andalannya yaitu minuman kopi. Lokasi yang dipilih juga strategis yaitu di dalam salah satu pusat perbelanjaan legendaris yang berada di Surabaya yaitu Pasar Atom & Atom Mall.

Black Kawa. Black Kawa memiliki berbagai macam menu yang berbahan dasar *coffee* maupun non-*coffee*.

Untuk kopi sendiri menggunakan kopi yang berbahan dasar kopi robusta dan arabika. Black Kawa menetapkan standar-standard operasional untuk mempertahankan kualitas produk serta layanan. Dengan menggunakan moto “*Fresh Take-Away Coffee*”, Black Kawa ingin menunjukkan kualitas kopi terbaik untuk sebuah produk minuman yang dijual. Pelanggan yang datang pada umumnya adalah penggemar kopi baik dari kalangan remaja hingga pebisnis. Dengan berbagai pemaparan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis ingin mengetahui secara mendalam mengenai pengaruh kualitas produk minuman kopi serta layanan terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari pada tulisan ini adalah untuk mengetahui sebesar pengaruh pengaruh kualitas produk serta layanan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee Surabaya.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Assauri (2015) memaparkan bahwa kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menggambarkan apakah sebuah produk mampu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga memiliki peran penting dalam mengawasi kualitas produknya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mempertahankan kualitas produk sehingga dapat bertahan dalam persaingan

Kualitas Layanan

Kotler (2016) memberikan pendapat bahwa pelayanan merupakan segala tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak memiliki wujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan juga menjadi aspek penting dalam menjalankan sebuah usaha.

Kepuasan Pelanggan

Kotler (2012) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila dalam melaksanakan kinerja tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Namun sebaliknya, apabila dalam melaksanakan kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.

Hipotesis

Tulisan ini memiliki tujuan untuk menguji serta menganalisis apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk yang diberikan serta pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu kerangka konsep penelitian karena hasil penelitian pada suatu objek ataupun lokasi berbeda memiliki hasil yang berbeda pula. Oleh karena itu, hipotesis pada penelitian ini adalah :

H_1 = Diduga kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee

H_2 = Diduga kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian kuantitatif. Hal ini disebabkan karena penelitian ini memiliki struktur yang jelas dan sistematis. Menurut Sugiyono (2015 : 14),

menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu serta pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Pada penelitian yang akan dilaksanakan, populasi yang akan diteliti adalah seluruh pelanggan Black Kawa Coffee yang memiliki kartu membership stampel dan telah memiliki lebih dari 2 stampel yaitu sejumlah 78 member. Penulis memilih untuk menggunakan teknik sampel jenuh karena jumlah populasi yang akan diteliti relatif kecil. Pada penelitian ini, sampel akan diambil sebanyak 78 orang.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Kuesioner yang dibagikan berisikan beberapa alternatif jawaban berupa Skala Likert yang akan disusun oleh penulis lalu disebarluaskan kepada sampel yang telah dipilih yaitu pelanggan Black Kawa Coffee.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Black Kawaya itu berusia 36 – 55 tahunnya itu sebesar 30 orang (38,5%). Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee dengan nilai koefisien pada variabel kualitas produk sebesar 0,498 atau 49,8%. Dengan hasil ini, maka setiap kenaikan persepsi konsumen terhadap kualitas produk semakin baik, maka kepuasan pelanggan pada Black Kawa Coffee akan meningkat sebesar 49,8%, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai konstan atau tetap. Pada variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffeedengan nilai koefisien pada variabel kualitas produk sebesar 0,319 atau 31,9%. Dengan hasil ini, maka setiap kenaikan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan pada Black Kawa Coffee akan meningkat sebesar 31,9%, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai konstan atau tetap. Hasil pada uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga uji ini dapat digunakan serta layak pada penelitian ini. Dengan hasil yang diperoleh maka setiap variabel bebas yang dimasukkan kedalam model regresi akan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil pada perhitungan Uji T menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh memiliki nilai $\leq 0,05$ pada setiap variabelnya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa setiap variabel bebas (Kualitas produk dan Kualitas layanan) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

Pembahasan

Penelitian ini memiliki responden sebanyak 78 responden dimana responden yang diteliti telah memenuhi kriteria penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas usia konsumen pada Black Kawa Coffee yaitu 36 – 55 tahun sebanyak 30 orang (38,5 %). Maka dengan hasil penelitian yang diperoleh melalui data karakteristik responden, dalam menentukan strategi bagi Black Kawa akan lebih memperhatikan konsumen yang berusia 36 hingga 55 tahun. Hal ini dikarenakan konsumen Black Kawa Coffee lebih dominan dengan karakter tersebut.

Hasil pada uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas produk memiliki nilai $0,00 \leq 0,005$. Dengan data yang diperoleh maka variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama memiliki pengaruh kualitas produk secara

signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas layanan memiliki nilai $0,00 \leq 0,005$. Dengan data yang diperoleh maka variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua memiliki pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui sebesar pengaruh kualitas produk serta layanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee Surabaya. Dapat dilihat pada rumusan masalah yang dikemukakan, maka analisis data telah dilakukan dan pembahasannya telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Oleh karena itu maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari peneliti sebagai berikut : (1) Kualitasprodukminuman kopi di Black Kawa Coffee memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang diterima oleh pelanggan, maka dari itu semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Black Kawa Coffee maka kepuasan yang diterima pelanggan Black Kawa Coffee semakin meningkat. (2) Kualitas layanan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka dari itu semakin baik pelayanan yang diberikan maka kepuasan yang diterima oleh pelanggan Black Kawa Coffee juga akan meningkat.

Keterbatasan dan Saran

Kualitas produk yang diberikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang diterima oleh karena itu penulis menyarankan untuk tetap mempertahankan serta meningkatkan kualitas pada produk minuman kopi serta layanan yang diberikan dalam Black Kawa Coffee Surabaya karena dapat dilihat kualitas produk serta layanan merupakan variabel yang memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan layanan yang diberikan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga penulis juga menyarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan Black Kawa Coffee Surabaya karena kepuasan pelanggan menjadi visi serta misi yang dipegang oleh Black Kawa Coffee Surabaya dengan memperhatikan kualitas produk serta kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri,S. (2015). ManajemenPemasaran. Rajawali Pers. Jakarta
- Ghozali, I. (2016). AplikasiAnalisisMultivare IMB SPSS 23.BadanPenerbitUniveristasDiponegoro. Semarang
- Kim,S. (2017). Promoting Customer's Involvement With Service Brands : Evidence From Coffee Shop Customers. Journal of Services Marketing Volume 31 No 7.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). Principles of Marketing (14thEdition). Pearson, New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kusumawati,I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Loyalitas Pelanggan DW Coffee Shop. Ekobis, Ekonomi Bisnis Volume 22 No 2.
- Margaretha,F, Edwin,J. (2012). Analysis Of The Effect Of Food Quality And Brand Image To Purchase Decision Kecik Bread Bakeries Ganep's In Solo. Journal Of Marketing Management Volume 1 No 1.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suwardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Politeknik Negeri Semarang.
- Tjiptono,F. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono,F,Chandra,G. (2012). Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI
- Wu,H. (2017). What Drives ExperientialLoyalty ?A Case Study of Starbucks Coffee Chain in Taiwan. British Food Journal Volume 119 No 3

LAMPIRAN

Tabel 1.Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	57.7
	Perempuan	33	42.3
	Total	78	100
Usia	17-25 tahun	18	23.1
	26-35 tahun	21	26.9
	36-55 tahun	30	38.5
	> 55 tahun	9	11.5
	Total	78	100

Tabel 2. Perhitungan Uji Validitas

Variabel	Soal	Pearson Correlation	Nilai P value (Sig)	Evaluasi
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,520	0,000	Valid
	X1.2	0,781	0,000	Valid
	X1.3	0,791	0,000	Valid
	X1.4	0,621	0,000	Valid
	X1.5	0,648	0,000	Valid
	X1.6	0,730	0,000	Valid
	X1.7	0,707	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,825	0,000	Valid
	X2.2	0,839	0,000	Valid
	X2.3	0,779	0,000	Valid
	X2.4	0,801	0,000	Valid
	X2.5	0,815	0,000	Valid
	X2.6	0,813	0,000	Valid
	X2.7	0,733	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,742	0,000	Valid
	Y1.2	0,762	0,000	Valid
	Y1.3	0,842	0,000	Valid
	Y1.4	0,602	0,000	Valid
	Y1.5	0,851	0,000	Valid
	Y1.6	0,891	0,000	Valid

Tabel 3. Perhitungan Uji Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.068	2.353		.029	.977
	Kualitas_Produk	.498	.115	.490	4.334	.000
	Kualitas_Layanan	.319	.108	.335	2.964	.004

Tabel 4. Perhitungan Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.999	2	222.499	57.113	.000 ^b
	Residual	292.181	75	3.896		
	Total	737.179	77			

Tabel 5. Perhitungan Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.029	.977
	Kualitas Produk	4.334	.000
	Kualitas Layanan	2.964	.004