

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Ceritalain Kota Bogor

^{1*)}Ira Damayanti ²⁾Dimas Ari Darmantyo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Binaniaga Indonesia

iradamayanti2201@gmail.com

*Corresponding author: Received: Accepted: Published:

Received: Oktober 2025, Accepted: November 2025, Published: Desember 2025

Abstrak: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe ceritalain Kota Bogor. Permasalahan yang terjadi yaitu kualitas pelayanan yang Dimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh cafe ceritalain pada konsumen sangat kurang yang Dimana pelayanannya yang kurang sopan dan kurang ramah pada konsumen, serta kualitas produk yang dipakai oleh cafe ceritalain masih sangat rendah dan terkadang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan. Metode penelitian ini yaitu non probability sampling dengan jenis sampling purposive dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Dalam uji determinasi terdapat pengaruh 44,9% dari variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), sisanya 55,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Sektor industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu penyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia. Produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan industri makanan dan minuman sebesar Rp813,06 triliun pada tahun 2022. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp 775,10 triliun. Pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman konsisten tumbuh sejak satu decade terakhir. Selama periode tersebut, pertumbuhan tertinggi pada 2018 yang mencapai 7,91%. Adapun industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada 2020 yakni, 1,58%. Hal itu seiring terjadi pandemic covid-19 di Indonesia. Menurut kementerian perindustrian (kemenperin), pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya produksi komoditas makanan dan minuman. Adapun, industri makanan dan minuman merupakan salah satu subsector dari industri pengolahan.

Kota Bogor merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki banyak objek wisata. Sering dikenal sebagai kota hujan, kota ini juga tidak hanya memiliki keistimewaan namun juga menawarkan berbagai jenis kuliner khas yang mampu menarik perhatian wisatawan local maupun mancanegara, serta banyak cafe yang berdiri di kota Bogor. Cafe di Bogor saat ini sudah mulai berkembang pesat, banyak dari wirausaha muda yang membuka usaha coffe shop dengan berbagai konsep yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Ceritalain, Bogor Tengah merupakan sebuah tempat makan yang berada di Jakarta. Rumah makan ini menyajikan berbagai menu kopi, minuman & pizza & pasta yang dibandrol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong Anda. Jika Anda mencari daftar harga menu Ceritalain, Bogor Tengah, Anda berada di tempat yang tepat. Di bawah ini akan dibahas secara lengkap menu apa saja yang dijual oleh Ceritalain, Bogor Tengah beserta harganya. Jl. Sangga Buana No.12B, RT.03/RW.04, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128.

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengonsumsi dan membeli ulang produk tersebut, akan tetapi konsumen akan berhenti perasaan tidak puas terhadap produk yang dikonsumsi. Menurut Indrasari, (2019:87-88) terdapat factor-faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Berikut hasil pra-survei mengenai factor-faktor kepuasan konsumen. Dalam keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau bisnis harus didukung dengan kualitas pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Kualitas pelayanan itu sendiri adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau bisnis dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga apakah dalam bayangan konsumen sudah sesuai dengan yang diharapkan atau belum. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam strategi pemasaran agar konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.

cafe ceritalain kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Salah satunya dirasakan yaitu pegawai ceritalain dalam melayani konsumen kurang ramah dan senyum. Lalu masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan di cafe ceritalain dalam menyajikan makanan dan minuman cukup lama sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan café ceritalain.

Pada cafe ceritalain kualitas produk memang sangat berbeda dengan cafe lainnya. Kualitas produk yang diberikan juga sangatlah berbeda jauh dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Salah satunya yaitu dengan rasa yang tidak konsisten terkadang enak dan terkadang tidak enak, terkadang tekstur makanannya tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Lalu penampilan yang disajikan sangat berbeda dengan apa yang ada di foto, menjadikan makanan menjadi tidak selera untuk di makan. Lalu tekstur makanan dan minuman tidak konsisten, terkadang makanannya kurang bumbu, terkadang jika minuman rasanya hambar. Café ceritalain juga terkadang pada rasa yang mereka berikan kepada konsumen tidaklah konsisten, terkadang hambar, asin, pedas dan pada minuman juga sama tidak mempunyai rasa yang khas yang diberikan café ceritalain.

TINJAUAN PUSAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Chandra et al., (2020:68) Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Cahya et.al., dalam Heryana et al., (2023:181) berikut adalah 5 indikator kualitas pelayanan, antara lain:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik yang meliputi gedung, warna, dekorasi, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.
- 2) Empati (*emphaty*), yaitu perusahaan berusaha untuk memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 3) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- 4) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen dengan informasi yang jelas. Dimensi ini menekankan pada perilaku personel yang memberi pelayanan untuk memperhatikan permintaan dan keceratan dari konsumen.
- 5) Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan ini juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

Kualitas produk

Menurut Anwar & Farine, (2022:91) kualitas produk merupakan suatu hal yang harus diperjuangkan oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkannya mampu bersaing di pasaran.

Menurut Dwiantari (2020:182) dalam Heryana et al., (2023:182) telah merangkum beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu sebagai berikut:

- 1) Warna, yaitu kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.
- 2) Penampilan, yaitu ungkapan "*looks good enough to eat*" bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan.
- 3) Porsi, yaitu dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya.
- 4) Bentuk, yaitu bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata.
- 5) Temperatur, yaitu temperatur dapat juga mempengaruhi rasa, misalnya rasa manis akan terasa jika makanan tersebut masih hangat.
- 6) Tekstur, yaitu banyak tekstur pada makanan antara lain halus dan tidak cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab.
- 7) Aroma, yaitu reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut
- 8) Rasa, yaitu titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, pedas, asam, asin dan pahit.
- 9) Tingkat kematangan, yaitu tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan.

Kepuasan konsumen

Menurut Chandra et al., (2020:148) Kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2019) dalam Oktiani et al., (2023:21) indikator kepuasan konsumen terdiri dari :

- 1) Kesesuaian harapan, menunjukkan tingkat kesesuaian layanan dari produk dan jasa yang diberikan dengan apa yang didapatkan oleh konsumen.
- 2) Minat Membeli Ulang, kondisi dimana konsumen yang harapannya telah terpenuhi maka akan melakukan pembelian atau kembali menggunakan jasa yang ditawarkan.
- 3) Merekomendasikan produk, kondisi dimana konsumen yang merasa puas akan layanan akan merekomendasikan pengalaman yang didapat setelah menggunakan layanan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif karena terdapat hipotesis dan pengujian. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan asosiatif yang bersifat kausal.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Ceritalain di Kota Bogor dengan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya dengan kata lain tidak terhingga. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik penarikan sampel pada populasi penelitian ini menggunakan non probability sampling yaitu *sampling purposive* dengan kriteria sudah melakukan pembelian minimal 3 kali di Cafe Ceritalain dan berdomisili di Bogor.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, dokumentasi, kuesioner, dan studi kepustakaan.

Variabel Penelitian dan Operasionalnya

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen/bebas (X) dan variabel dependen/terikat (Y). Variabel independen pada penelitian ini adalah cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Untuk memperjelas variabel operasional, peneliti akan mendeskripsikannya dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen (Teddy Chandra 2020:68).	1) Bukti fisik (<i>tangibles</i>), 2) Empati (<i>emphaty</i>), 3) Keandalan (<i>reliability</i>), 4) Daya tanggap (<i>responsiveness</i>), 5) Jaminan (<i>assurance</i>), (Heryana et al., 2023:181)	Skala Likert
Kualitas Produk (X ₂)	kualitas produk merupakan suatu hal yang harus diperjuangkan oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkannya mampu bersaing di pasaran (Kiki Farida 2022:91).	1) Warna 2) Penampilan 3) Porsi 4) Bentuk 5) Temperatur 6) Tekstur 7) Aroma 8) Rasa 9) Tingkat kematangan (Dwiantari:2020)	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut (Chandra et al., 2020:148)	1) Kesesuaian harapan, 2) Minat Membeli Ulang, 3) Merekomendasikan produk (Oktiani et al., 2023:21)	Skala Likert

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis regresi linear berganda, pengujian uji t secara parsial, pengujian uji F secara simultan, serta uji koefisien determinasi.

Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk dapat mengetahui apakah butir pernyataan yang dibuat valid atau tidak. Cara pengerjaan uji validitas dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila r-hitung > r-tabel, maka setiap butir pernyataan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menentukan apakah instrumen (kuesioner) dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Basuki, 2015:73). Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Cronbach Alpha*, suatu standar instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (r_{11}) > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Pengujian tersebut harus dilakukan agar perhitungan koefisien regresi jelas dan tidak bias.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan analisis statistik yang berguna untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel-variabel (Yamin, 2021:165). Rumus korelasi ganda sebagai berikut:

$$R_{yx1x2x3} = \sqrt{r_{yx12}^2 + r_{yx22}^2 + r_{yx32}^2 - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{yx3}r_{x1x2x31} - r_{x1x2x32}}$$

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis linear/lurus antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Rumus persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots$$

Uji t (Uji Signifikansi Secara Parsial)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu cita rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Kriteria pengujian uji parsial (uji t) yaitu apabila t-hitung > t-tabel dan signifikansi < 0,05 maka H1/H2/H3 dinyatakan diterima dan H0 ditolak.

Uji F (Uji Signifikansi Secara Simultan)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen yaitu cita rasa (H1) harga (H2) dan kualitas pelayanan (H3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) secara simultan atau bersama-sama. Kriteria pengujian uji simultan (uji F) yaitu jika f-hitung > f-tabel dan signifikansi < 0,05 maka H4 dinyatakan diterima dan H0 ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Jika nilai R² semakin besar maka menunjukkan bahwa terdapat variasi perubahan dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) demikian sebaliknya. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 30 responden di luar sampel. Ringkasan dari hasil uji validitas terdapat pada tabel 2.

Tabel 2
Ringkasan Uji Validitas

Variabel	Hasil	kesimpulan
Kualitas Pelayanan	r-hitung > r-tabel	Valid
Kualitas Produk	r-hitung > r-tabel	Valid
Kepuasan Konsumen	r-hitung > r-tabel	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh butir pernyataan baik dari variabel cita rasa, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Di dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 30 responden di luar dari sampel. Di mana, instrumen (kuesioner) yang dipakai yaitu yang sudah valid. Ringkasan hasil uji reliabilitas terdapat pada tabel 3.

Tabel 3
Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Hasil	kesimpulan
Kualitas Pelayanan	16	0,770 > 0,60	Reliabel
Kualitas Produk	28	0,761 > 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	10	0,777 > 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa baik variabel cita rasa, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen nilai *Cronbach Alpha* nya lebih dari 0,60, sehingga standar instrumen yang menggunakan teknik ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk dapat mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan *unstandardized residual* serta taraf signifikannya 0,05 atau 5%. Hasil uji normalitas tersebut sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.35817237
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.069
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.163 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah (2024)-

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan $0,163 > 0,05$ yang berarti nilai data residual pada uji normalitas dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Duli, 2019:120). Untuk dapat mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Nilai batas *tolerance* $> 0,10$ dan batas VIF < 10 . Hasil pengujian uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji multikolonearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc e	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.822	1.216
	Kualitas Produk	.822	1.216

a. Dependent Variable: KKS

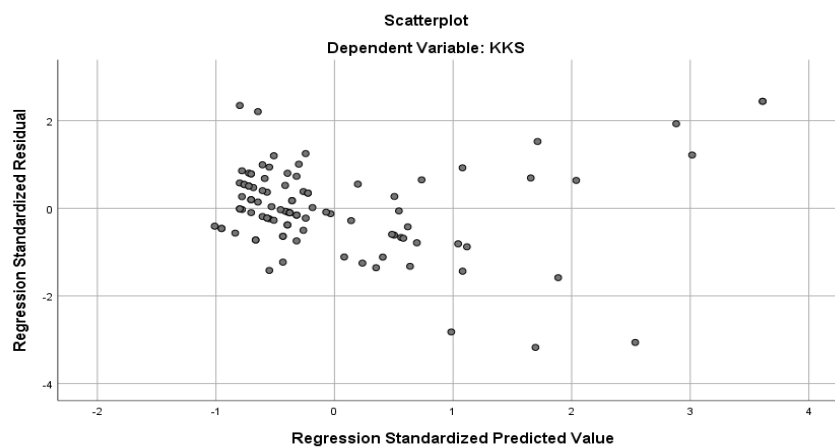
Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai *tolerance* variabel X1, X2, $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai VIF variabel X1, X2, < 10 , maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, 2019:122-123). Uji ini menghasilkan grafik pola penyebaran titik-titik secara acak serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (*scatterplot*) pada hasil uji dibawah ini:

Tabel 7
Hasil uji heterokedastisitas



Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Dari grafik scatterplot diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Linearitas

Uji linearitas ini dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibentuk mempunyai hubungan linear atau tidak. Dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas yaitu dengan melihat nilai signifikansi *Deviation from linearity*. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 8
Uji Linearitas X1 terhadap Y

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	1197.046	21	57.002	5.099	.000
		Linearity	828.960	1	828.960	74.157	.000
		Deviation from Linearity	368.086	20	18.404	1.646	.062
	Within Groups		871.914	78	11.178		
	Total		2068.960	99			

Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel cita rasa terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa nilai signifikansi Deviation from linearity sebesar $0,062 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9
Uji Linearitas X2 terhadap Y

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	684.008	23	29.739	1.632	.059
		Linearity	493.703	1	493.703	27.092	.000
		Deviation from Linearity	190.305	22	8.650	.475	.974
	Within Groups		1384.952	76	18.223		
	Total		2068.960	99			

Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Deviation from linearity* sebesar $0,974 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Korelasi

Perhitungan analisis korelasi digunakan untuk mengetahui adanya keeratan hubungan antara variabel cita rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berikut hasil uji analisis korelasi pada tabel dibawah ini:

Tabel 10
Hasil Uji Analisis Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.460	.449	3.39262

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai korelasi diperoleh sebesar 0.679 masuk dalam katagori hubungan yang **kuat**, artinya derajat hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan searah.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dari hasil perhitungan program SPSS 26, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$KKS=10.850+0,238 KPL+0,059 KPR+\epsilon$$

Nilai 0,238 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan, jadi $b_1 = 0,238$ artinya setiap peningkatan 1 point dari variabel kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,238 dan variabel bebas lainnya konstan kepuasan konsumen.

Nilai 0,059 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk, jadi $b_2 = 0,059$ artinya setiap peningkatan 1 point dari variabel harga maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,059 dan variabel bebas lainnya konstan kepuasan konsumen. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 10,850 artinya dapat dinyatakan kontribusi variabel diluar model regresi yang diteliti memberikan dampak positif.

Uji t (Parsial)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu cita rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Berikut dijelaskan pengujian setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial pada tabel 10.

Tabel 11
Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.850	1.673		6.484	.000		
	Kualitas Pelayanan	.238	.038	.519	6.314	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.059	.018	.269	3.276	.001	.822	1.216

a. Dependent Variable: KKS

Sumber : Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Hipotesis Statistik Secara Parsial:

Ho: $\beta_1 = 0$: Tidak memiliki pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Ha: $\beta_1 \neq 0$: Memiliki pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan pada tabel diatas hasil thitung variabel kualitas pelayanan sebesar 6,314 dan nilai signifikan sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $6,314 > 1,661$ ($df = n - k = 100 - 3 = 97$) dan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak atau variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis Statistik Secara Parsial

Ho: $\beta_2 = 0$: Tidak memiliki pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Ha: $\beta_2 \neq 0$: Memiliki pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$, maka Ha diterima dan Ho ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Keputusan

Berdasarkan pada tabel diatas hasil thitung variabel kualitas pelayanan sebesar 3,276 dan nilai signifikan sebesar 0,001, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $3,276 > 1,661$ ($df = n - k = 100 - 3 = 97$) dan $0,001 < 0,05$. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak atau variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen yaitu cita rasa (X1) □ harga (X2) □ dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y) secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	952.505	2	476.253	41.378	.000 ^b
	Residual	1116.455	97	11.510		
	Total	2068.960	99			
a. Dependent Variable: KKS						
Predictors: (Constant), KPR, KPL						

Sumber : Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Hipotesis Statistik Secara Parsial

- a) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
b) $H_a: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$: Ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Keputusan

Berdasarkan hasil dari tabel diperoleh F_{hitung} sebesar 41,378 serta $df=n-k$ atau $df=100-3=97$ didapat F_{tabel} sebesar 3.089. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $41,378 > 3.089$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Ceritalain dinyatakan signifikan.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variable independent dapat menjelaskan variable dependent.

Tabel 34
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.460	.449	3.39262
a. Predictors: (Constant), KPR, KPL				

Sumber : Data Primer Penelitian, Diolah (2024)

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,449 yang berarti $0,449 \times 100\% = 44,9\%$. Hal tersebut menyatakan bahwa 44,9% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kemudian untuk *Standard Error of the Estimate* sebesar 3,39262 menunjukkan tingkat kesalahan dalam memprediksi kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe Ceritalain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh peneliti pada bagian Bab IV mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe Ceritalain di Kota Bogor, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran

- a. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tingkat persepsi responden baik. Akan tetapi, ada beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan, antara lain :
- b. Berdasarkan data yang diperoleh, bahwa hasil uji regresi linear berganda untuk variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai yang rendah. Maka peneliti menyarankan kepada pihak Cafe Ceritalain agar mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada pegawai Cafe Ceritalain ,di antaranya: Perusahaan hendaknya benar-benar memperhatikan faktor kualitas pelayanan yaitu kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik karena terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kepuasan konsumen, terutama faktor ketanggapan, bukti fisik dan empati, mengingat faktor ini masih memungkinkan untuk lebih dievaluasi karna kurangnya reponden dari konsumen yang menjawab kurang puas akan ketanggapan, bukti fisik dan empati maka pegawai Cafe Ceritalain harus selalu menangani respon permintaan dari para konsumen, demi untuk mempertahankan kepuasan konsumen.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan kepuasan konsumen di berbagai objek cafe, serta peneliti juga mengharapakan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan objek yang berbeda dengan pernyataan yang berbeda, dengan menggunakan lebih banyak lagi aspek atau faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain dari kualitas pelayanan dan kualitas produk. Misalnya seperti promosi, harga, cita rasa dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Anwar, Y., & Farine, K. F. (2022). *Manajemen Strategik*. Yogyakarta. IGI.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang. CV IRDH.
- Dharmamesta, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Hairun, Y. (2020). *Evaluasi dan Penilaian Dalam Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hek, T. K. (2021). *Pengantar Statistika*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Jusuf, E. (2023). *Strategi Pemasaran Berbasis Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Pertiwi, R. D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Riduwan, R., & Akdon, A. (2020). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Solimun, Armanu, & Fernandes, A. A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*. Malang: UB Press.
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, Kurnia, L., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swarjana, K. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tanzil, M. Y., Kusumowidagdo, A., Tjandrawibawa, P., Tahalele, Y. K. S., & Toreh, P. R. (2021). *Fashionpreneur 101 Strategi Memulai Bisnis Fashion*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Yamin, S. (2021). *Tutorial Statistik: Spss, Lisrel, Warppls & Jasp (Mudah & Aplikatif)*. Depok: PT. Dewangga Energi Internasional.
- Devi, D. A. C., Tunjungsari, K. R., & Rinyanthi, N. M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada canteen café canggu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, Vol. 1 No. 12 (2022), 3523–3537. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i12.249>
- Heryana, I. putu A., Aprinica, N. P. I., & Wardana, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di The Rice Table Indonesian Restaurant Desamuda Villas Seminyak Bali. *Jurnal Ilmiah Parawisata Dan Bisnis*. Vol 02 No 1, 2023: 176 - 201 EISSN: 2828-3325. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.290>

- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Muhajirin, & Jumaidin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk H Group Indonesia di Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 1, No 2, June 2020, Hal. 197-202 ISSN 2716-4128. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.219>
- Oktiani, A., Yuliandari, R., & Gina, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Air Minum Giri Menang. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 19, Vol 12 No 1: Juni 2023, 19–26. <https://doi.org/10.47492/jih.v12i1.2629>
- Rahayu, R. P., & Djaya, M. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Clan Caffé Pamekasan. *Public Corner*, Vol 18, nomor 1, Juni 2023, ISSN 2443-0714 E-ISSN 2621-475X ,88–102. <https://doi.org/10.24929/fisip.v18i1.2513>
- Linna Susanti (2023). Kinerja industry makanan dan minuman naik 4,90% pada 2023. Di akses pada tanggal 27 september 2023, dari <https://jabar.antaranews.com/berita/327521/disparbud-kota-bogor-catat-jumlah-restoran-dan-kafe-naik>
- Ridhwan Mustajab (2023). Disparbud kota Bogor catat jumlah restoran dan kafe naik. Di akses pada tanggal 28 september 2023, dari <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>
- Open Data Bogor (2022). Jumlah usaha restoran, rumah makan, dan café berdasarkan dinas pariwisata dan kebudayaan. Di akses pada tanggal 29 september 2023, dari opendata.jabarprov.go.id