

SKRIPSI

**“Pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* Terhadap
Kepuasan Konsumen *Le Kopee Coffee Shop* Di Yogyakarta”**



Disusun Oleh:

Laurent Nathan Guslan

11140073

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurent Nathan Guslan
NIM : 11140073
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN LE KOPEE *COFFEE SHOP* DI YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 20 April 2021

Yang menyatakan



(Laurent Nathan Guslan)

11140073

HALAMAN PENGANTAR

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Laurent Nathan Guslan

NIM : 11140073

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LE KOPEE *COFFEE SHOP* DI
YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

LAURENT NATHAN GUSLAN

11140073

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 9 April 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)

2. Lucia N. Kartika, S.Pd., Dipl.Secr, M.M.

(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta, 20 April 2021

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *LE KOPEE* DI YOGYAKARTA**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat – syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah **MURNI** hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 20 Maret 2021



Laurent Nathan Guslan(11140073)

MOTTO

“ Your unhappy costumers are your greatest source of learning “

– Bill Gates

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus, atas segala rahmat, berkat, dan tuntunan dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LE KOPEE DI YOGYAKARTA“. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih karena jika bukan campur Tangan KuasaMu, penulis tak akan mampu melewati proses ini.
2. Papa dan Mama di surga, terima kasih karena bimbingan serta kasih sayang yang kalian berikan kepada saya, hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Kentus dan Adik, terima kasih sudah meminjamkan komputernya disaat diperlukan.
4. Kekasih tersayang, Ailen, karena sudah mendukung dan memberi semangat untuk saya.
5. Teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama di Yogyakarta.
6. Terima kasih juga untuk Agum karena sudah mengajarkan bagaimana susahnya membuat skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta,.....

Laurent Nathan Guslan. (11140073)

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya yang tidak terbatas sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi “ Pengaruh Service Quality dan Product Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Le Kopee di Yogyakarta”.

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini guna memenuhi syarat – syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta (UKDW).

Dalam proses pekerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada :

1. Dr. Perminas Pangeran, M. Si selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi para mahasiswanya.
2. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan aspirasi dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Owner dari *Le Kopee Coffee Shop* atas ketersediaan dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Para pengunjung *Le Kopee* Yogyakarta yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menjadi responden dan memberikan data penelitian.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga semua jasa dan budi baik dari semua pihak yang diberikan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan semestinya.

Yogyakarta,.....

Laurent Nathan Guslan (11140073)

©UKDW

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
<i>MOTTO</i>	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	6
2.2 Kualitas Produk	10
2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.4 Hubungan antara Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	15
2.5 Pengembangan Hipotesis	18
2.6 Kerangka Penelitian	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Data	20
3.1.1 Sumber Data	20
3.1.2 Pengumpulan Data.....	21
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.2 Model Penelitian	23
3.3 Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	23
3.3.1 Variabel Penelitian.....	23
3.3.2 Pengukuran Variabel	26
3.4 Metode Analisis Data	27
3.4.1 Uji Validitas.....	27
3.4.2 Uji Reliabilitas	28
3.4.3 Analisis Prosentase	29
3.5 Uji Statistik.....	29
3.5.1 Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	33
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
4.1.1 Uji Validitas	33
4.1.2 Uji Reliabilitas	37
4.2 Profil.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	39
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	40
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	40
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.3 Uji Hipotesis.....	42
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.3.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	44
4.3.3 Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F)	45

4.3.4 Uji Signifikasi secara Parsial (Uji t)	47
4.4 Analisis.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	34
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	35
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	36
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	40
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.	40
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	41
Tabel 4. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4. 14 Nilai Koefisien Determinasi R^2	45
Tabel 4. 15 Nilai Uji F	46
Tabel 4. 16 Nilai Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kepuasan Pelanggan	9
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	19
Gambar 3. 1 Model Penelitian yang digunakan	23

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	65
Lampiran 2. Data Excel (Hasil Kuesioner)	69
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	85
Lampiran 4. Halaman Persetujuan Waktu Awal.....	90
Lampiran 5 Kartu Konsultasi.....	91
Lampiran 6 Lembar Revisi Pendadaran.....	93
Lampiran 7 Revisi Judul	94

©UKYDIN

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *LE KOPEE* DI YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk *Le Kopee* Yogyakarta. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian dengan metode survei. Populasinya tak lain adalah para pengunjung *Le kopee Coffee Shop* di kota Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis yang penulis lakukan, menunjukkan bahwa:

- a. *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Le Kopee Coffee Shop* secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini ditolak.
- b. Ketanggapan karyawan (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Le Kopee Coffee Shop* secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini ditolak.
- c. Keandalan karyawan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Le Kopee Coffee Shop* secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- d. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Le Kopee Coffee Shop* secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

Kata kunci: Tangible, Responsiveness, Reliability, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Product Quality to Satisfaction of Le Kopee Coffee Shop's Customers

This research have a purpose, to knowing the affect of service quality and product quality to satisfaction of Le Kopee Coffee. The type of this research is using the survey method. The populations is the visitors of Le Kopee Coffee Shop in Yogyakarta City. Amount of sample is 100 respondent. Sampling technique in this research is purposive sampling.

Data collecting technique, the writter's used questionnaire. Data analysis technique, the writter's used descriptive data analysis technique and multiple linear regression analysis. The writter has a results from the analysis, showing that :

- 1. Tangible is not affected significantly to customers satisfaction in Le Kopee Coffee Shop partially. Therefore, this research hypothesis is rejected.*
- 2. Responsiveness is not affected significantly to customers satisfaction in Le Kopee Coffee Shop partially. Therefore, this research hypothesis is rejected.*
- 3. Reliability is affected significantly to customers satisfaction in Le Kopee Coffee Shop partially. Therefore, this research hypothesis is accepted.*
- 4. Product Quality is affected significantly to customers satisfaction in Le Kopee Coffee Shop partially. Therefore, this research hypothesis is accepted.*

Keyword: Tangible, Responsiveness, Reliability, Product Quality, Customers Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kuliner di Indonesia, erat kaitannya dengan bisnis. Indonesia yang memiliki jutaan resep masakan baik berupa makanan maupun minuman tentu saja menjadikan banyak orang memilih kuliner sebagai langkah bisnis mereka. Dengan begitu tingginya aktifitas manusia pada zaman sekarang pun menjadikan setiap orang memilih untuk membeli kebutuhan pangan mereka demi menghemat waktu. Maka dari itu, akan sangat ketat persaingan yang terjadi di dunia bisnis kuliner baik makanan dan minuman.

Sejak beberapa tahun terakhir, kuliner di Yogyakarta kian memiliki aneka tren yang silih berganti salah satunya adalah *coffee*. Hingga saat ini kalangan muda sangat aktif dalam mengunjungi *coffee shop*, sehingga tidak heran semakin hari semakin banyak usaha dalam bidang ini kerap bermunculan. Saat ini sudah banyak orang lebih memilih untuk membuka usaha kafe, karena dengan membuka usaha tersebut dapat membangun hubungan atau relasi dengan para pelanggan, dan dalam mengembangkan produk yang ditawarkan, ada juga dengan tujuan hobi di bidang tersebut dapat tersalurkan.

Le Kopee Coffee Shop Yogyakarta yang terletak di Jl. Kragilan, Kec. Rogoyudan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55213, Indonesia ini merupakan cabang dari *coffee shop* yang terbilang besar di Indonesia yaitu *Le Kopee Indonesia* yang kemudian melebarkan sayap bisnisnya di Yogyakarta sejak 2016. Keberhasilan *Le Kopee* di Yogyakarta sendiri merupakan hal yang sangat hebat mengingat maraknya *coffee shop* baru yang kerap muncul di Yogyakarta.

Berawal dari keberhasilan Le Kopee dalam memulai bisnis di Kota Surabaya, kemudia Le Kopee mengembangkan sayap bisnisnya hingga beberapa tempat termasuk Yogyakarta dan bertahan hingga saat ini.

Menurut Phillip Kotler (dalam Suci, 2015) faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: *Product Quality*, di mana konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kemudian ada *Service Quality*, di mana konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. *Emotional*, di mana konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen puas terhadap merek tertentu.

Keberhasilan Le Kopee *Coffee Shop* di Yogyakarta tentunya membuat penulis ingin meneliti seberapa puas masyarakat atau pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang Le Kopee sediakan, karena tidak sedikit juga kafe yang tidak sanggup memuaskan para pelanggannya, di mulai dari faktor lambatnya pelayanan, dan tidak peka atau tidak tanggap terhadap apa saja yang diinginkan para konsumen. Untuk itulah mengapa penulis tertarik untuk meneliti dengan harapan dapat member jawaban dan kontribusi yang nyata kepada pihak-pihak yang ada.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul “**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LE KOPEE COFFEE SHOP DI YOGYAKARTA**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah variabel dari *Service Quality* Le Kopee Coffee Shop berikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?
- b. Apakah variabel dari *Product Quality* Le Kopee Coffee Shop berikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Service Quality* Le Kopee Coffee Shop berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Product Quality* Le Kopee Coffee Shop berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat untuk Penulis

Dapat memberikan masukan dan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan yang ada di *Coffee Shop* atau kafe.

b. Manfaat untuk Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat berguna atau bermanfaat bagi kafe yang bersangkutan guna memberikan informasi seberapa pentingnya kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan dari kafe tersebut.

c. Manfaat untuk Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan atau wawasan di bidang manajemen marketing serta untuk keperluan riset yang selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan *Le Kopee Coffee Shop Yogyakarta*.
- b. Profil dari Responden yang meliputi usia, jenis kelamin, kunjungan, informasi, pekerjaan, dan pendapatan.
- c. Responden adalah orang yang pernah berkunjung ke *Le Kopee Coffee Shop*.
- d. Variable yang digunakan adalah 3 bagian dari *Service Quality* yang mana variabelnya *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, ditambah *Kualitas Produk*.
- e. Jumlah dari responden adalah 100 konsumen yang pernah berkunjung ke *Le Kopee Coffee Shop*.

Profil dari responden/konsumen, tak lain :

- a. Jenis Kelamin : Pria / Wanita
- b. Usia : 17-30 Tahun
- c. Tingkat Pendapatan : 1. ≤ Rp. 1.000.000,00

2. Rp. 1.000.000,01 – Rp. 2.000.000,00

3. Rp. 2.000.000,01 – Rp. 3.000.000,00

4. > Rp. 3.000.000,01

- d. Pekerjaan :
1. Pelajar / Mahasiswa
 2. Pegawai
 3. Wiraswasta
 4. Lain-lain

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia >25 tahun.
- b. Berdasarkan jenis kelamin, disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.
- c. Berdasarkan jumlah kunjungan, disimpulkan bahwa paling banyak responden telah mengunjungi Le Kopee Coffee Shop sebanyak 2-3 kali.
- d. Berdasarkan mendapatkan informasi, disimpulkan bahwa paling banyak responden mendapatkan informasi tentang Le Kopee Coffee Shop dari Word of Mouth (keluarga, teman, dan relasi).
- e. Berdasarkan pekerjaan, disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Le Kopee Coffee Shop merupakan pelajar/mahasiswa.
- f. Berdasarkan pendapatan, dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Le Kopee Coffee Shop memiliki pendapatan 1.000.001 – 2.000.000.

2. Analisis kualitas pelayanan *Bukti Langsung (Tangible)*, Keandalan Karyawan (*Reliability*), Ketanggapan Karyawan (*Responsiveness*), dan

Kualitas Produk) terhadap kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Bukti Langsung (*tangible*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
- b. Ketanggapan karyawan (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini ditolak.
- c. Keandalan karyawan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- d. Kualitas Produk (*product quality*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
2. Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
3. Ukuran kepuasan terhadap kualitas pelayanan hanya menggunakan ServQual (*Service Quality*).

5.3 Saran

Berikut adalah saran yang dapat peneliti berikan:

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam variabel ini, di dapatkan hasil probabilitas variabel bukti langsung (*tangible*) sebesar 0,114 penelitian menyatakan bahwa, variabel bukti langsung (*tangible*) ini tidak memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa pihak Le Kopee Coffee Shop perlu memperhatikan variable ini. Dari hasil penelitian ini, pihak dari Le Kopee Coffee Shop harus memperhatikan tempat yang dapat membuat nyaman, penerangan yang memadai, penampilan karyawan yang rapi dan menarik, peralatan kopi yang lengkap, area tempat parkir yang luas. Sementara rata-rata konsumen yang mayoritas adalah lelaki berusia >25 tahun yang masih menjadi mahasiswa tidak memperhatikan detail ini karena bukti langsung bukan menjadi prioritasnya.
2. Dalam hal variabel ketanggapan karyawan (*responsiveness*), diperoleh nilai probabilitas variabel keandalan layanan sebesar 0,408. Variabel ini tidak memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, karyawan Le Kopee Coffee Shop dapat dikatakan kurang memahami *jobdesk* mereka. Keinginan konsumen dalam mendapatkan ketanggapan seperti pelayanan yang cepat dan tanggap, karyawan yang dapat memahami *jobdesk*, sikap yang sigap dalam menghadapi *complain* atau keluhan konsumen sudah menjadi suatu ukuran dari kepuasan konsumen. Karyawan Le Kopee Coffee Shop harus belajar untuk lebih memahami *jobdesk* mereka. Sehingga, apabila pengunjung memberikan kritik atau

keluhan, karyawan mampu melayani dan memahami apa keinginan dari mereka dengan baik. Karyawan juga mampu memberikan layanan yang adil dan cepat dengan cara tidak memilih pengunjung tertentu maupun lawan gender. Sehingga, kesimpulan ini dapat dikatakan bahwa pihak Le Kopee Coffee Shop dapat memfokuskan kinerja karyawan khususnya dari sisi ketanggapan karyawan agar kepuasan konsumen tetap terjaga secara konsisten.

3. Berdasarkan analisis diperoleh, nilai probabilitas variabel keandalan karyawan (*reliability*) adalah sebesar 0,034. Variabel ini memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen di Le Kopee Coffee Shop. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Le Kopee Coffee Shop perlu memperhatikan elemen ini dimana, konsumen sangat memperhatikan keandalan karyawan sebagai ukuran kepuasan, ditambah konsumen yang mengunjungi tempat ini adalah mahasiswa yang berusia >25 tahun yang kebanyakan adalah laki-laki. Bentuk keandalan ini antara lain adalah dengan tepat waktu dalam memberikan pelayanan, reputasi karyawan yang memuaskan dimata konsumen, dan mampu meracik produk yang ada dengan cita rasa yang konsisten.
4. Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis, diperoleh nilai probabilitas variabel kualitas produk sebesar 0,000. Penelitian menyatakan bahwa nilai variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa pihak Le Kopee Coffee Shop harus memperhatikan variabel ini. Hal ini dikarenakan faktor kualitas produk merupakan salah satu bagian yang paling penting dari rangkaian kualitas layanan. Hal ini

juga dapat mendukung kenyamanan dan rasa penasaran konsumen yang rata-rata adalah mahasiswa >25 tahun yang berjenis kelamin laki-laki terhadap produk yang ditawarkan oleh Le Kopee Coffee Shop.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tetapi juga dapat diberikan dengan pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode *interview* untuk menjadi masukan dalam menganalisis responden. Sehingga, dengan metode wawancara yang dilakukan, hasil didapatkan dapat lebih maksimal.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan dari jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak lagi.
3. Waktu penyebaran kuesioner biasanya akan efektif jika dilakukan setelah konsumen selesai mengunjungi Le Kopee Coffee Shop atau dalam posisi relax dan tidak ada kesibukan lain, agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi Indra Gunawan.Osa Omar Sharif. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Olivia Collection.*e-Proceeding of Management*, 5 (3): 2965-2971
- BasrahSaidani. Samsul Arifin. (2012). PengaruhKualitasProduk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.3.
- Cynthia Violita Wijaya. (2017). PengaruhHarga, KualitasPelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA*, 5 (1).
- Farly, Juandry (2015) Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Distro Bloods Bandung di BEI Tahun 2007-2010. Vol 1. No 2. *Diponegoro Journal of Management*.
- Hariasari, Ardina. (2015). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Nikkou Ramen Yogyakarta [Thesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Negeri Yogyakarta.<http://eprints.uny.ac.id/26328/1/ArdinaHariasari10511244015.pdf>. (Mei 2015).
- Hermalia (2014) Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Media Sosial Pada Djoeroe Masak Resto Kota Bandung.*E Jurnal* Vol. 3 No. 5 (2014).
- Jackson R.S. Weenas. (2013). KualitasProduk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4): 607-618.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

- Mohamad Rizan. RhezaPrasetya. Agung Kresnamurti. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap Pengguna Laptop Merek Toshiba dan Pengguna Laptop Merek Acer). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 5 No. 1 (2014).
- Riadi, Muchlisin. (2013). Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen. <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>. (April 2013).
- Taufiq, Ibnu Al. (2015). Kepuasan Pengunjung Terhadap Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Rumah Makan di Pantai Drini Kabupaten Gunung Kidul.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (1997). Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta