

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI BAIK
PALEMBANG



ASFRIZA GHIFARI PANE
01011481619012
MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2019

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI BAIK
PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Asfriza Ghifari Pane

Nim : 01011481619012

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Pemasaran


Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua,


28-05-2019


Drs. H. A. Nazafuddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

Tanggal persetujuan

Anggota,

24-05-2019


Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIK: 1671072407530003

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI BAIK
PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Asfriza Ghifari Pane
NIM : 01011481619012
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 22 Juli 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang,

Ketua

Anggota

Penguji

Drs. H. A. Nazaruddin, M.M
NIP: 195706131985031002

Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIK: 1671072407530003

H. Dian Eka, S.E., M.M
NIP: 196101061990031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001



Scanned with
CamScanner

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Asfriza Ghifari Pane
NIM : 01011481619012
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:
Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Kedai Kopi Baik Palembang

Pembimbing:

Ketua : Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
Anggota : Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.
Tanggal Ujian : 22 Juli 2019

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 22 Juli 2019



Ghifari Pane
01011481619012

MOTO DAN PERSEMBAHAN

**“Jika Kesempatan Tidak Menghampiri Anda, Maka Ciptakanlah
Kesempatan Itu”**

“I Do What I Want To Do” (AGP)

“Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan”(QS Al-Insyirah : 6)

**“Sejuk air basuh tangan muka ciumi bumi, cibir kalimat syukur dan ingin
pada sang maha kasih semoga gerak tangan dan langkah kaki tak meyalah
dan memberi arti” (Helanuansa)**

**“Jangan takut jatuh karena tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah
jatuh. Yang takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-
orang yang tidak melangkah. Jangan takut salah karena dengan kesalahan
pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar
pada langkah yang kedua” (Buya Hamka)**

Skripsi ini Kupersembahkan untuk :

Kedua orang Tuaku

Keluarga tercinta

Teman teman angkatan manajemen 2016

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Baik Palembang”*. Penulis menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Baik Palembang. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan konsumen kedai kopi baik Palembang adalah variabel kualitas produk.

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis akan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

2. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M. selaku pembimbing I yang telah berkenan dalam membimbing penulis serta memberikan waktu, pikiran, serta saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Islahuddin Daud, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan penjelasan dan koreksi dalam penulisan skripsi ini.
4. Kedua orangtuaku tercinta, terima kasih banyak karena selalu memberikan doa dan semangat serta dukungan moril maupun materil dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A selaku Pengelola Akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Prof. Dr. Taufiq, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
10. Bapak Dr. Zakaria Wahab M.B.A selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis dalam mengambil keputusan dimasa perkuliahan.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen khususnya Jurusan Manajemen dan Bapak-Ibu Dosen Fakultas Ekonomi pada umumnya.

12. Seluruh Staff dan Administrasi fakultas Ekonomi khususnya jurusan Manajemen.
13. Teman seperjuangan Ningsih Purwanti, Sayyid Muzaki, Dian Fitriyanti, Achmad Dennis Pratama, M. Fatir Al-Fahmi, Kosasi Pradana, yang bersama-sama berjuang dalam mencapai gelar serta memberi semangat kepada penulis.
14. Terimakasih kepada bapak Riki Firmansyah selaku pemilik Kedai Kopi Baik Palembang yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di Kedai Kopi Baik dan teman-teman di lingkungan Kedai Kopi Baik Palembang.
15. Semua pihak – pihak lain baik secara langsung atau tidak langsung yang telah ikut membantu dalam proses pembelajaran penulisan selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga Allah SWT membalas budi baiknya dan selalu melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Palembang, Juli 2019
Penulis,

Asfriza Ghifari Pane

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI BAIK PALEMBANG

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi baik Palembang. Metode yang digunakan yaitu non probability sampling dengan cara purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik survei dengan cara wawancara. Alat yang di gunakan adalah kuesioner. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi baik Palembang adalah variabel kualitas produk.

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

Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar skripsi

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi I



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

Pembimbing Skripsi II



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.
NIK: 1671072407530003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001



ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON THE
CONSUMER SATISFACTION OF KOPI BAIK PALEMBANG**

This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction in Kopi Baik Palembang. The method used is non probability sampling by means of purposive sampling. Data analysis techniques in this study used survey techniques by means of interviews. The tool used is a questionnaire. The results of multiple regression testing show that all independent variables (product quality and service quality) have a positive effect on customer satisfaction. The biggest positive influence on customer satisfaction in Palembang's good coffee shop is the product quality variable.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

We've been approved to be placed on a sheet of research paper

Acknowledge,

Advisor

Vice Advisor



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIK: 1671072407530003

*Acknowledge,
Chief of Management Departement*



Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERYATAAN

Kami Dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa

Nama : Asfriza Ghifari Pane

NIM : 01011481619012

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Baik Palembang.

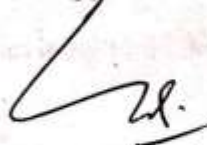
Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



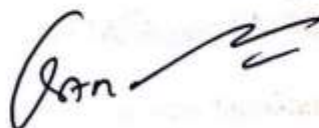
Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

Anggota



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIK: 1671072407530003

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen**



Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001



Scanned with
CamScanner

x

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Asfriza Ghifari Pane
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal lahir : Palangkaraya, 10 April 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Benteng Hillir Kpmplek Benhill Indah 1 Blok
H-6 Kec. Percut Sei Tuan Medan.
Alamat Email : asfrizaghifari@yahoo.com
asfrizaaghifari@gmail.com



Pendidikan Formal

Tahun Ajaran 2001-2004 : SD Negeri Percobaan langkai 4 Palangkaraya
Tahun Ajaran 2004-2007 : SD IBA Palembang
Tahun Ajaran 2007-2009 : SMP Negeri 4 Palembang
Tahun Ajaran 2009-2010 : SMP Negeri 252 Jakarta
Tahun Ajaran 2010-2012 : SMA Negeri 50 Jakarta
Tahun Ajaran 2012-2013 : SMA Negeri 1 Medan
Tahun Ajaran 2013-2016 : Universitas Sumatera Utara (D3)
Tahun Ajaran 2016-2019 : Universitas Sriwijaya (S1)

Pendidikan Non Formal

Lia English Course (2009-2011)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kualitas Produk.....	10
2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .	11
2.1.3. Dimensi Produk.....	11
2.1.4. Jasa dan Pelayanan.....	12
2.1.5. Kualitas Pelayanan	13
2.1.6. Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.1.7. Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.8. Ciri-ciri Konsemen yang Puas	16
2.1.9. Hubungan antara Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
3.2. Jenis dan Sumber Data	21
3.2.1 Jenis Data	21
3.2.2 Sumber Data.....	21
3.3. Teknik Pengumpulan Data	22
3.4. Populasi Dan Sampel	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Sampel.....	22

3.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.5.1	Operasional Variabel.....	24
3.5.2	Pengukuran Variabel.....	25
3.6.	Uji Instrumen Penelitian.....	25
3.6.1	Uji Validitas	25
3.6.2	Uji Realibilitas	26
3.7.	Teknis Analisis Data	27
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1.	Gambaran Umum Responden	29
4.2.	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	29
4.2.1.	Hasil Uji Validitas	29
4.2.2.	Hasil Reabilitas.....	32
4.3.	Hasil Penelitian	33
4.3.1	Deskripsi Profil Responden.....	33
4.3.2	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
4.3.3	Responden Menurut Usia	34
4.3.4	Responden Menurut Pekerjaan.....	35
4.3.5	Responden Menurut Penghasilan	36
4.4.	Deskripsi Variabel	37
4.5.	Hasil Analisis Data	42
4.5.1.	Hasil Uji Regresi Berganda	42
4.5.2.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43

4.6	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	44
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Daftar Nama Kedai Kopi di Kota Palembang.....	3
Tabel 1.3 Data Penjualan Kedai Kopi Baik	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahuli	17
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Hasil uji Validitas Instrumen variabel Kualitas Produk.....	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan.....	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Realiabilitas Instrumen Penelitian	33
Tabel 4.5 Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4.6 Responden Menurut Usia.....	34
Tabel 4.7 Responden Menurut Pekerjaan	35
Tabel 4.8 Responden Menurut Penghasilan.....	36
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X1).....	37
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan (X2)	39
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y) ...	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda	42
Tabel 4.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

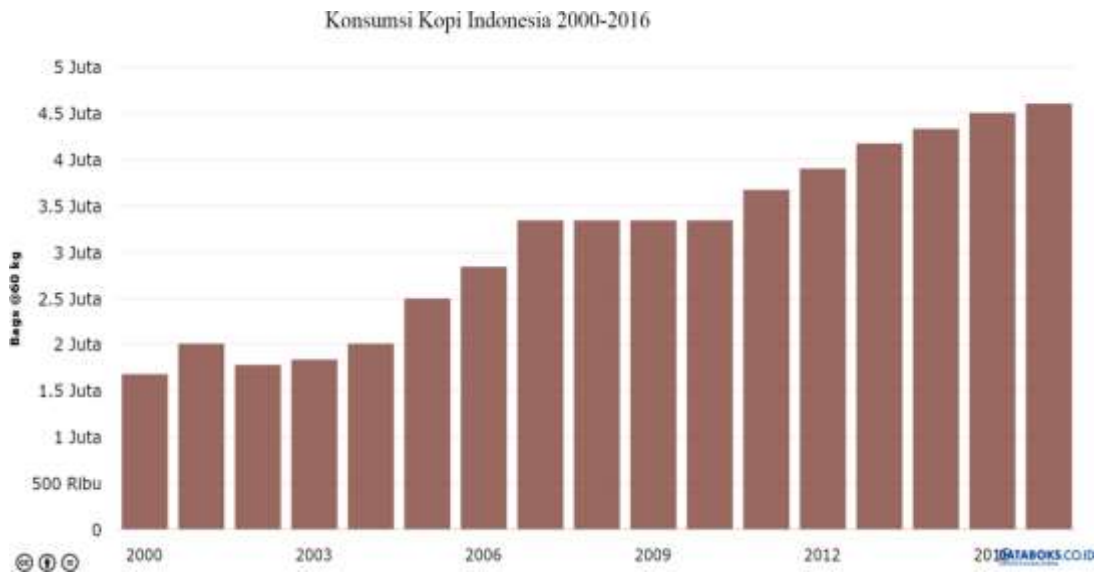
Seiring dengan berkembangnya pola kehidupan masyarakat, masyarakat kota pada saat ini mengalami perubahan gaya hidup. Menurut Sumarwan (2002:57) gaya hidup itu sering kali di gambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang dan lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang di milikinya. Salah satu gaya hidup modern sampai saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang *hang out* atau menghabiskan waktu di kedai kopi atau kafe.

Minum kopi di kedai kopi telah menjadi suatu gaya hidup di Indonesia, tidak hanya sekedar minum kopi, kegiatan seperti *meeting*, mengerjakan tugas, atau bisnis bisa dilakukan di kedai kopi. Hal ini didukung oleh pendapat Renald Kasali (2008:27), seorang pakar di bidang pemasaran yang berkata, “Ngopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, di mana *coffee shop* atau kedai kopi menjadi tempat kongkow yang amat diminati”. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. Kedai atau warung kopi sampai saat ini telah menjadi fenomena yang telah mewarnai pola kehidupan masyarakat Indonesia terutama di sebagian wilayah Indonesia.

Konsumsi kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dalam hal ini menimbulkan ketertarikan dari para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk membuat tempat usaha yang

menyajikan menu berbahan dasar kopi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia



Sumber: databoks.co.id

Menurut Adi W. Taroepatjeka salah satu konsultan kopi di Indonesia, hampir semua sudut kota dapat dipastikan ada warung kopi. Kedai Kopi bukan termasuk *coffee shop* yang mewah tetapi bukan pula termasuk warung kopi biasa. Kedai Kopi cenderung *coffee shop* menengah. Kedai Kopi menawarkan menu dan rasa spesial pada minumannya yang berbahan dasar kopi espresso. Saat ini di kota Palembang semakin marak *coffee shop* atau kedai kopi baru yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota.

Fenomena ketertarikan dari para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk membuat tempat usaha yang menyajikan menu berbahan dasar kopi terdapat juga di kota Palembang. Menurut data dari Asosiasi

Barista Independent Palembang Terdapat sebanyak 20 Kedai Kopi yang menggunakan bahan baku Kopi lokal Indonesia

Tabel 1.2 Daftar Nama Kedai Kopi di Kota Palembang

No	Nama Kedai Kopi	Alamat
1	Kedai Kopi Pulang	Jenderal Sudirman, Sekip Jaya, Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan
2	Kopi Loka	Perum PNS pemkot Gandus Blok AU 1 Palembang
3	Kopi Umaku	Jl. Mayjen HM Ryacudu Palembang
4	Kenangga Coffe and Space	Jl. Kenanga No.5, Kota Palembang
5	Warkop Portal	Jl. Proklamasi No. K29 Palembang
6	Kahoy coffe	Jl. Merdeka No.1069B Palembang
7	ID Coffe	Jl. Soekarno Hatta Palembang
8	Beskabean coffe	Jl. Binawarga 2 No. 629 Palembang
9	History Coffe	Jl. Mp Mangkunegara Palembang
10	Luthier Coffe	Jl. Bangau Palembang
11	Coffe Addict	Jl. Veteran No. 939 Palembang
12	Glow Coffe	Jl. Puncak sekuning Blok b No.6 Palembang
13	Giant Coffe	Jl. Angkata 66 no. 579 Palembang
14	Dialogue Coffe	Jl. KH. Ahamad Dahlan No.256 Palembang
15	Kopi Ngobrol	Jl. Kebun Bunga RSS Blok B No.3 Palembang
16	York Coffe	Jl. Basuki Rahmat No. Bc.02 Palembang
17	South Stasion coffe	Jl. Kedaung Palembang
18	Kedai Kopi Baik	Jl. Demang Lebar Daun, no.169 Palembang
19	Kawe Kopi	Jl. Srijaya Negara No. 195A Palembang
20	SKSD Kopi	Jl. Lukman Idris,sukodadi,sukarame Palembang

Sumber: Barista Independent Palembang

Salah satu kedai kopi yang menggunakan bahan baku Kopi lokal Indonesia adalah Kedai Kopi Baik yang tepatnya berada di Jl. Demang Lebar Daun, no.169 Palembang yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Kedai Kopi Baik menyediakan bermacam-macam jenis kopi dan cemilan. Kedai Kopi Baik merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak pada industri jasa, yang didirikan pada tahun 2013.

Konsep yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah coffee shop atau Kedai kopi yang menawarkan bermacam-macam jenis kopi dan

makanan. Selain itu, Kedai ini juga menawarkan jenis makanan lain serta minuman yang dapat dipesan melalui daftar menu.

Kedai Kopi Baik merupakan salah satu Kedai Kopi yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis cafe pada saat ini. Kedai Kopi ini selama beberapa bulan ini mengalami kenaikan dan penurunan penjualan, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.3
Data Penjualan Kedai Kopi Baik
Bulan Oktober 2017-Agustus 2018

Bulan	Penjualan
Oktober 2017	1.348 Cup
November 2017	1.477 Cup
Desember 2017	1.530 Cup
Januari 2018	905 Cup
Februari 2018	1.258 Cup
Maret 2018	1.564 Cup
April 2018	1.641 Cup
Mei 2018	1.630 Cup
Juni 2018	1.797 Cup
Juli 2018	1.444 Cup
Agustus 2018	1.323 Cup
TOTAL	15.917 Cup

Sumber: Kedai Kopi Baik tahun 2017-2018

Dari table 1.2 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di setiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar. Hal ini juga bisa disebabkan karena pada akhir tahun ini terdapat beberapa Kedai kopi baru yang berada di Palembang. Maka disini pihak manajemen dituntut untuk bisa memberikan keyakinan kepada masyarakat atau konsumen setia kedai Kopi baik agar bisa kembali melakukan pembelian di kedai tersebut. Untuk dapat bertahan

Kopi Baik harus mengembangkan strategi pemasarannya dengan melakukan berbagai macam strategi sehingga tidak kalah dengan persaingan pasar.

Kedai Kopi Baik dalam mencapai tujuannya harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen., tentunya harus melakukan strategi pemasaran dengan meninjau melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan. Philip Kotler (2000: 448) menjelaskan, “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan”. Tiap produk berkaitan dengan produk-produk lain tertentu. yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun Kotler (2002:83)

Pengertian Kualitas produk ditinjau secara subyektif adalah sesuatu yang cocok dengan selera (*Fitness For Use*) jadi suatu produk bisa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya. Ditinjau dari sudut pandang produsen, kualitas dapat diartikan sebagai kesesuaian dengan spesifikasinya, baik sesuai dengan fisiknya, produsen juga sesuai dengan persyaratannya. Kualitas yang baik harus berorientasi pada pelanggan, dalam hal ini kualitas dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan. Kualitas ini bersifat kompleks, yaitu mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sebagai usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sehingga mereka merasa lebih puas bahkan sangat puas setelah membeli produk tersebut.

Terdapat dimensi pokok kualitas produk Menurut Tjiptono (2008: 25) terdapat delapan dimensi kualitas produk yaitu *Performance* (Kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk, *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk, *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, *Reliability* (reliabilitas), adalah bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan, *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, *Perceived quality* (kesan kualitas), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan, *Serviceability* (pelayanan), meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.

Selain kualitas produk meningkatkan kualitas pelayanan para Barista untuk senantiasa memberi kepuasan kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.

Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif dimata konsumen maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu sangat penting mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al. dalam Purnama (2006: 22) yaitu: Bukti fisik (*Tangibles*), *Tangibles* yaitu penampilan fisik penyedia jasa seperti gedung, tata letak peralatan, *interior dan eksterior* serta penampilan fisik dari personel penyedia jasa. Keandalan (*Reliability*), *Reliability* merupakan kemampuan dari penyedia jasa secara akurat, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Maksud lainnya, keandalan berarti sejauhmana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikannya kepada konsumen. Daya tanggap (*Responsiveness*), *Responsiveness* merupakan kesediaan penyedia jasa terutama stafnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap dari penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat, dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah konsumen.

Empati (*Empathy*), merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memperlakukan konsumen sebagai individu-individu yang spesial. Jaminan (*Assurance*), *Assurance* yaitu dimensi yang menekankan kemampuan penyedia jasa untuk

membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama para pegawainya mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

Kepuasan dimaksudkan supaya pelanggan lebih setia dan terus melakukan pembelian serta merekomendasikan kepada pelanggan potensial untuk datang ke Kedai Kopi dan menjadi pelanggan tetap juga. Kepuasan ini dijadikan alat oleh konsumen untuk membandingkan hasil yang dirasakannya dengan harapannya, oleh sebab itu kepuasan merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh Kedai Kopi. Konsumen akan semakin tertarik untuk kembali datang ke Kedai Kopi, bahkan juga menarik konsumen baru dengan terpenuhinya kepuasan tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang yang penulis uraian di atas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **”Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Baik Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang

dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Baik Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Baik Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Baik Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Baik Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama di bidang pemasaran tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Arifin, Zainal. 2012. Evaluasi Pembelajaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Assauri Sofian ,2007, Managemen Pemasaran , Dasar , Konsep Dan Strategi.
Jakarta : Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2010. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Deangan program SPSS.
Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting Maretta, dan Tarwiyah 2013, “Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”, Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI, vol. 19 no.1
- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009).
- Husein, Umar. 2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi II. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasali, Rhenald (2008). Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting Positioning. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler Armstrong, 2003 “Dasar-Dasar Pemasaran” , Edisi Kesembilan, Jilid Satu, Jakarta : Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler Philip , 2005, “Manajemen Pemasaran” , Jilid II, Edisi 11, Alih Bahasa Benyamin Molan, Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Lovelock, Christopher. H dan Lauren, KW, 2005, Manajemen Pemasaran Jasa, Indeks, Jakarta
- Mowen, John. C dan Michael, Minor, 2002, Perilaku Konsumen, Edisi 5, Airlangga, Jakarta
- Purnama, Nursya'bani. 2006. Manajemen Kualitas. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Lupiyoadi R. dan A. Hamdani.2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Sari, Dewi Maya. 2009. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas UD. Delvi Planet T-Shirt Central Pasar Medan. Jurnal Manajemen USU. (Vol. 18 No.1 2009).
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif Dan R&D. Bandung. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. Metodologi Penelitian. Semarang: Badan Penerbit Undip.