

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI SOEDJENK KOTA BENGKULU

Siti Yuningsih<sup>1)</sup>; Rahmat Al Hidayat <sup>2)</sup> ; Samsul Akmal<sup>3)</sup>; Rijalul Fhikri<sup>4)</sup>

Study Program of Administration Business, STIA Bengkulu

Department of Administration Business, STIA Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [SitiyuningsihazS3@gmail.com](mailto:SitiyuningsihazS3@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [Samsul@stiabengkulu.ac.id](mailto:Samsul@stiabengkulu.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [16 Mei 2026]

Revised [20 Juni 2026]

Accepted [31 Juli 2026]

### KEYWORDS

Product Quality, Consumer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Soedjeng Kota Bengkulu. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kedai kopi soedjenk Kota Bengkulu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Analisis data selanjutnya menggunakan uji instrument analisis regresi liner sederhana, koefisien, determinasi, dan juga uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### ABSTRACT

The purpose of this study, among others, to determine the effect of product quality on consumer satisfaction at the Soedjeng Coffee Shop, Bengkulu City. This research is quantitative research. The population in this study were all consumers of the Bengkulu City Soedjenk coffee shop. The sample used in this study were 60 people. In this study, researchers used data collection methods by means of observation, interviews and distributing questionnaires. Further data analysis used a simple linear regression analysis instrument test, coefficients, determination, and also hypothesis testing. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha di Indonesia akhir-akhir ini berkembang sangat pesat dan cepat. Hal ini terlihat semakin banyak bermunculan jenis usaha di Indonesia. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan di dunia usaha semakin ketat, sehingga masing-masing jenis usaha berlomba-lomba untuk persaingan tersebut. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, masing-masing perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu usaha yang sangat *trend* kalangan anak muda maupun orang dewasa adalah usaha café dengan menyajikan kopi. Melimpahnya potensi kopi di berbagai penjuru nusantara, ternyata cukup memudahkan para pelaku usaha untuk bisa memenuhi kebutuhan bahan baku kopi bagi perkembangan bisnis yang sedang mereka rintis. Tercatat sebagai salah satu negara penghasil kopi di kelas dunia, tentunya para pelaku usaha bisa memanfaatkan kekayaan alam Indonesia tanpa harus mengimpor bahan baku kopi dari pasar luar negeri.

Seperti kita ketahui bahwa menikmati kopi merupakan hal yang wajib bagi pencinta kopi, berbagai cara dan usaha untuk para pencinta kopi menikmati secangkir kopi dengan citarasa yang diinginkan. Bahkan tidak jarang pencinta kopi ini rela mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar untuk dapat menikmati kopi dengan citarasa yang berkualitas tentunya dengan pelayanan yang mewah pula. Kopi merupakan komoditas yang menjanjikan untuk menjadi peluang usaha.

Kedai Kopi ini juga menerapkan strategi misalnya dengan mengadakan live musik setiap akhir pekan. Hal penting adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan para barista untuk senantiasa memberikan kepuasan kepada

konsumennya. Hal ini dimaksudkan supaya konsumen lebih setia dan terus melakukan pembelian serta merekomendasikan kepada konsumen potensial untuk datang ke Kedai Kopi dan menjadi konsumen tetap.

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 04 Juni 2022 dengan salah satu konsumen yang bernama Tedi menyatakan bahwa telah merasa puas dengan kualitas kopi yang disajikan oleh kedai kopi soedjenk sehingga dia selalu ingin menikmati kembali produk kopi tersebut. Berbeda dengan Aziz pada tanggal 06 Juni 2022 yang menyatakan bahwa dia masih ingin menikmati kopi di tempat yang lain karena variasi kopi yang disajikan belum banyak. Selain itu juga dapat dilihat jumlah konsumen dari beberapa bulan terakhir yaitu sebagai berikut :

Tabel Data Jumlah Konsumen Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu Selama Empat Bulan Terakhir

| Bulan                                      | Maret     | April     | Mei       | Juni      |
|--------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Konsumen Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu | 130 Orang | 135 Orang | 120 Orang | 140 Orang |

*Sumber :Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu, 2025*

Data pada table diatas dapat dilihat bahwa Konsumen Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu meningkat pada bulan maret dan april, namun pada bulan mei menunjukkan bahwa terjadi penurunanyang mengonsumsi Kopi di Kedai Soedjenk Kota Bengkulu dan meningkat kembali pada bulan juni 2022.

Strategi yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah tentang kualitas produk. Kualitas produk sangat penting bagi konsumen dikarenakan setiap konsumen pasti menginginkan kualitas dari suatu produk yang dibayarkan adalah baik. Apabila kualitas tidak sesuai maka produk tersebut biasanya akan ditolak sekalipun produk tersebut masih dalam keadaan wajar atau toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu di perhatikan agar tidak melakukan kesalahan yang lebih besar di masa mendatang. Ketika konsumen atau pelanggan tidak puas maka konsumen biasanya akan berpindah pada produk pesaing karna produk dengan kualitas produk yang baiklah yang akan terus tumbuh. Hal ini disebabkan karena kualitas dari sebuah produk merupakan salah satu senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing(Kotler dan Armstrong, 2012).

Menurut Kotler dan Keller(2002), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen sendiri di artikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu barang atau produk sesuai dengan kenyataan yang di terima tentang kemampuan produk tersebut oleh konsumen.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian kepuasan konsumen

Konsumen yang telah menggunakan suatu produk atau jasa memiliki penilaian atas produk dan jasa yang telah dikonsumsi. Jika kenyataan yang dirasakan konsumen sesuai dengan harapan, maka tercapai kepuasan konsumen. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakantingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Ali Hasan (2013) "kepuasan konsumen sebagai tujuan utama bisnis dan merupakan indikator terbaik untuk meraih laba di masa datang, kepuasan mengarahkan konsumen untuk mengulangi pembelian dan melakukan rekomendasi ke orang lain, konsumen yang merasa puas pada produk jasa akan membangun kesetiaan konsumen".

Sedangkan menurutTjiptono (2014) berpendapat bahwa, "kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli dimana persepsi terdapat kinerja alternatif atas produk dan jasa yang dipilih atau memenuhi harapan konsumen". Sehingga kepuasan konsumen adalah penilaian yang dilakukan setelah dilakukan pembelian oleh konsumen dan kinerja produk atau jasa melebihi harapan konsumen.

### Indikator Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah rasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Tjiptono, (2016) ada beberapa indikator dari variabel kepuasan konsumen diantaranya:

#### 1. Kesesuaian harapan

Semua konsumen pasti selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan dibelinya.

2. Minat membeli kembali  
Keadaan ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan  
Suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para konsumen tetap mereka merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama  
Jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang konsumen pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan konsumen sudah menilai produk dari perusahaan bagus dan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.
5. Menciptakan citra merek  
Merek pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merek tersebut sudah bisa membuat kepuasan pada semua konsumennya.

### Pengertian Kualitas Produk

Menurut Ariyoto (2001) Kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Kotler P & Keller (2012) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Y

### Indikator kualitas produk

Menurut Gitosudarmo (2008:155) kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kesesuaian produk dengan harapan konsumen atas biaya yang di tanggung oleh konsumen apabila membeli barang tersebut atau harga barang tersebut.

Menurut Schroeder (2008:155) kualitas produk dikaitkan dengan nilai, kegunaan, maupun harga dari barang atau jasa tersebut. Menurut Orville Larreche (2005) yaitu apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator kualitas produk adalah:

1. Kinerja (*performance*)  
Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Fitur (*feature*)  
Adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*)  
Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Ketahanan (*Durability*)  
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 tahan produk.
5. Keandalan (*Reliability*)  
Adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. Estetika (*Esthetica*)  
Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.

#### 7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan indikator diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu indikator kualitas merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan.

Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2004) karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memasukkan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Selanjutnya Kotler (2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

#### Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Kualitas produk merupakan bagaimana suatu produk mampu memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana konsumen akan merasa puas jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik, begitupun sebaliknya jika perusahaan tidak mampu memenuhi harapan konsumen untuk dapat memberikan kualitas produk yang baik, maka konsumen akan merasa tidak puas. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Fristi Bellia, 2018 yang menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Sehingga membuat konsumen ingin mengulang kembali untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, diperkuat juga oleh penelitian (Razak Ismail, 2016) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon dari konsumen yang berupa evaluasi produk yang sudah dikonsumsi oleh konsumen. Terpenuhinya harapan konsumen membuat konsumen puas dan konsumen yang puas itu berarti adanya persamaan antara kinerja produk dengan harapan konsumen.

Kualitas produk sangat menentukan kepuasan konsumen, dimana konsumen akan menilai kualitas suatu produk, membandingkan dengan harapan yang diinginkan dan butuhkan. Seberapa besar kesesuaian kualitas produk dan harapan serta kebutuhan konsumen, menentukan seberapa besar pula kepuasan konsumen tersebut. Peneliti sebelumnya yang juga meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (Irvan darwan, 2018) dalam penelitian yang dilakukannya, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dalam bentuk hubungan kausal. Menurut Malhotra (2009) desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel.

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian di Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan april 2025 sampai dengan selesai.

#### Metode Pengambilan Populasi dan Sampel

##### Populasi

Menurut Danang, (2013) populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti. Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kedai kopi soedjenk Kota Bengkulu.

##### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono, (2013). Dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2013). Penentuan jumlah sampel menurut Hair (2012) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya item pernyataan yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variabel* (indikator). Dalam peneliti ini jumlah item indikator sebanyak 12 item indikator, yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 12 \times 5 \end{aligned}$$

= 60

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 60 sampel, yang dirasa sudah cukup mewakili populasi. Sampel yang diambil merupakan konsumen kedai kopi soedjenk Kota Bengkulu

### Teknik Pengumpulan Data

Terdapat satu cara untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti, yaitu dengan pengumpulan data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

#### a) Wawancara

Menurut Sugiyono, (2017), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.

#### b) Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada beberapa mahasiswa yang dijadikan sebagai responden.

#### c) Observasi

Teknik ini merupakan instrument pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dimaksudkan untuk data primer dan skunder yang relevan dengan permasalahan peneliti.

Skala likert menurut Sugiyono, (2010) adalah sebagai berikut : “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial “. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan informasi yaitu kuesioner yang dirancang menggunakan skala likert 5 poin. Dalam prosedur skala likert, seperangkat pernyataan disusun dengan jawaban responden dalam satu rangkaian antara sangat setuju dan sangat tidak setuju. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan, untuk digunakan jawaban yang dipilih. Kelima opsi / jawaban dibagi menjadi lima kategori dengan skor berbeda sebagai berikut :

**Tabel Pemberian Skort Skala Likert**

| No | Keterangan                | Skor |
|----|---------------------------|------|
| 1  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2  | Setuju (S)                | 4    |
| 3  | Netral (N)                | 3    |
| 4  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

(Sugiyono 2014 : 134)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Bagian ini akan membahas mengenai tanggapan terhadap masing-masing variabel X ( Kualitas Produk) Terhadap Y (Kepuasan Konsumen).

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X)

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X) akan ditampilkan pada tabel dibawah ini :

**Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X)**

| No | Pernyataan                                                                  | Rata-Rata Skor | Keterangan  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 1  | Minuman dari hasil olahan Kedai Kopi Soedjenk memiliki cita rasa yang enak. | 4,35           | Sangat Baik |
| 2  | Menu di Kedai Kopi Soedjenk menarik selera saya.                            | 4,13           | Baik        |
| 3  | Minuman dari hasil olahan Kedai Kopi Soedjenk sesuai dengan selera saya.    | 4,07           | Baik        |
| 4  | Cita rasa minuman dari hasil olahan Kedai Kopi Soedjenk dapat bertahan lama | 4,30           | Sangat Baik |

| No               | Pernyataan                                                             | Rata-Rata Skor | Keterangan  |
|------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 5                | Produk minuman pada menu Kedai Kopi Soedjenk memenuhi kebutuhansaya    | 3,93           | Baik        |
| 6                | Minuman di Kedai Kopi Soedjenk disajikan dengan tampilan yang menarik. | 4,32           | Sangat Baik |
| 7                | Bagi sebagian pengunjung hargamenentukan kualitas.                     | 4,22           | Sangat Baik |
| <b>Rata-Rata</b> |                                                                        | 4,18           | Baik        |

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2025

Indikator Kualitas Produk terdiri dari 7 pertanyaan, untuk nilai rata-rata dari masing-masing indikator disajikan dalam tabel diatas dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata jawaban responden terhadap pernyataan dari indikator variabel Kualitas Produk memiliki rata-rata 4,18 dan termasuk dalam kategori Baik. Di antara pertanyaan tersebut yang memiliki perolehan skor tertinggi adalah pertanyaan "Minuman dari hasil olahan KedaiKopi Soedjenk memiliki cita rasayang enak" dengan skor 4,35 dengan kategori Sangat Baik. Sedangkan yang memperoleh skor terendah yaitu pernyataan "Produk minuman pada menu KedaiKopi Soedjenk memenuhikebutuhansaya " dengan total skor 3,93.

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan ditampilkan pada tabel dibawah ini :

**Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

| No               | Pernyataan                                                                                          | Rata-Rata Skor | Keterangan  |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 1                | Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik ketika akan membeli kopi                                | 4,70           | Sangat Baik |
| 2                | Saya harus membeli Kopi di Soedjenk kembali apabila yang dibeli sesuai apa yang diinginkan          | 4,15           | Baik        |
| 3                | Saya bersedia merekomendasikan Kedai Kopi Soedjenk kepada saudara dan orang-orang terdekat          | 4,57           | Sangat Baik |
| 4                | Saya melakukan pembelian Kopi lain apabila saya menyukainya                                         | 4,20           | Baik        |
| 5                | Saya sudah mulai melupakan kedai kopi lain dikarenakan mulai ada kecocokan pada Kedai Kopi Soedjenk | 3,67           | Baik        |
| <b>Rata-Rata</b> |                                                                                                     | 4,26           | Sangat Baik |

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data peneliti ketiga variable terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan bantuan *SPSS for Windows*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai  $p > 0,05$ .

**Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 60                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | ,34175446               |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,102                    |
|                                  | Positive       | ,087                    |
|                                  | Negative       | -,102                   |
| Test Statistic                   |                | ,102                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,189 <sup>c</sup>       |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Tabel di atas mempertegas bahwa model regresi yang di peroleh beristribusi normal, dimana pada ujian statistik One sampel kolmogorov-smimov dapat dilihat probabilitas signifikan terhadap variabel. Nilai probabilitas sebesar  $0,189 > 0,05$  maka dapat di simpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation model (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut (Ghozali, 2011:105-106). Hasil pengujian multikolinieritas sebagai berikut :

**Tabel Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model           | Collinearity statistics |       |
|-----------------|-------------------------|-------|
|                 | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)      |                         |       |
| Kualitas_Produk | 1,000                   | 1,000 |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari Tolerance Value dan Variance Inflation (VIF). Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan bahwa nilai pada variabel X (Kualitas Produk), memiliki nilai tolerance  $1,000 > 0.1$  dan nilai  $VIF 1,000 < 10$  yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model persamaan regresi.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:139).

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)    | ,624                        | ,203       |                           | 3,072  | ,003 |
| Kualitas_Produk | -,080                       | ,048       | -,213                     | -1,662 | ,102 |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Dari pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glesjer* diperoleh nilai signikansi untuk variabel kualitas produk yaitu 0,102. Karena nilai signifikansi variabel tersebut lebih besar dari 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan uji *glesjer* dapat disimpulkan tidak ada masalah heterokedastisitas.

## Analisis Data Regresi Linier Sederhana

Model ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen dengan mengasumsikan variabel lain dianggap tetap atau konstan. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 1.193                       | .396       |                           | 3.010 | .004 |
| Kualitas_Produk | .732                        | .094       | .715                      | 7.783 | .000 |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh Hasil persamaan regresi sebagai berikut:  
 $Y = 1,193 + 0,732(X) + e$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai Konstanta 1,193 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Produk (X) sama dengan 0, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) tetap yaitu 1,193.
2. Koefisien X (Kualitas Produk) sebesar 0,732 mempunyai arti bahwa apabila Kualitas Produk naik satu satuan maka nilai Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,732.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel Uji Koefisien Determinasi

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,715 <sup>a</sup> | ,511     | ,502              | ,34469                     |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,511. Ini menunjukkan pengaruh dari variabel Kualitas Produk (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 51,1%. Selebihnya ( $100 - 51,1 = 48,9\%$ ) ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis t (parsial)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Melalui perhitungan yang dilakukan dengan program SPSS, maka hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel Uji Hipotesis t (Parsial)

| Model           | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t    | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------|------|------|
|                 | B                           | Std. Error                | Beta |      |
| 1 (Constant)    | 1.193                       | .396                      |      | .004 |
| Kualitas_Produk | .732                        | .094                      | .715 | .000 |

Sumber: Olah data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis t pada tabel 4.9 di atas dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk (X), menunjukkan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Soejenk Kota Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima.

### Uji Hipotesis F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Melalui perhitungan yang dilakukan dengan program SPSS, maka uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel Uji Hipotesis F (Simultan)

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 7.196          | 1  | 7.196       | 60.570 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 6.891          | 58 | .119        |        |                   |
| Total        | 14.087         | 59 |             |        |                   |

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F yaitu  $0,000 < 0,05$  dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Kualitas Produk (X) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen di Kopi Soejenk Kota Bengkulu.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Konsumen di Kopi Soejenk Kota Bengkulu. Artinya bahwa dengan Kualitas Produk di Kopi Soejenk Kota Bengkulu dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen yang datang ke Kopi Soejenk dan tentunya hal ini akan meningkatkan jumlah pengunjung dan penghasilan yang didapatkan oleh pemilik Kopi Soejenk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Orville Larreche (2005) yaitu apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Begitu juga dengan hasil penelitian dari Mac Donald Walagitan (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Box Wanea Manado.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus di Kedai Kopi Soedjenk Kota Bengkulu) dapat diperoleh kesimpulan bahwa Variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Kedai Kopi Soedjenk di Kota Bengkulu, Hal ini berarti hipotesis diterima. Artinya bahwa dengan adanya kualitas cita rasa yang enak pada suatu produk dan dengan diberikannya pelayanan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Kedai Kopi Soedjenk di Kota Bengkulu sehingga konsumen betah pada produk tersebut.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X), berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa indikator terendah yaitu " Produk minuman pada menu Kedai Kopi Soedjenk memenuhi kebutuhan saya " dengan total skor 3,93. Maka dari itu disarankan pada pihak Kedai Kopi Soedjenk untuk menambah produk minuman pada menu kedai tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan para konsumen.
2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y), berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa indikator terendah yaitu " Saya sudah mulai melupakan kedai kopi lain dikarenakan mulai ada kecocokan pada Kedai Kopi Soedjenk " dengan total skor 3,67 termasuk dalam kategori Baik. Maka dari itu disarankan pada pihak Kedai Kopi terus membranding Kopi mereka serta terus melakukan riset dan perbaikan-perbaikan performanya agar tidak kalah dengan pesaing yang ada, dan juga untuk tetap menjaga para konsumen yang sudah ada selama ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya apa yang sudah dibahas dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, dan variabel penelitian nya pun dapat dikembangkan ke variabel – variabel yang lain sehingga hasilnya dapat lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al, Hair et. (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle. River* : New Jersey.
- A.Sayuti dan Kurniawati.(2013). *Manajemen Sarana n Prasarana di SMK 1 Kasihan Bantul*. Akuntabilitas Manajemen Pendidikan, 1, No. (1).
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro.(2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Durianto, D. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. UGM.
- Ehsani, Z. dan M. H. (2015). *Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry*. International Journal of Service Science, Management and Engineering, Vol.1 No 5.
- Fristi Bellia Annishia, (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Kopi terhadap kepuasan Konsumen Di Jade Lounge Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta,.* Jakarta
- Irvan Darmawan, (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Kotler, A. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran,.* Jakarta.
- Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. : Erlangga.*
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education

- Kurniawan, N. I. dan S. (2017). *Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Manajemen Dewantara, Vol.1, No.
- Mac Donald Walangitan, (2017). *Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado*, Manado, Universitas Sam Ratulangi
- Orville, Larreche, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- p. kotler dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. diski kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta
- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai*. Penerbit
- Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: CV Alfabeta.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. penerbit kencana: Jakarta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: PT Index.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Alfabeta, CV. Bandung: Alfabeta.
- Theresia Endriati E, (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo Di Alaya Samarinda*, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi