

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT Jagat Pramudita Aksata

Abdul Hafiz¹, Ratih Hastasari², Wawan Saputra³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}
Jl. Kramat Raya No.98 RT.2/RW9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat 10450
Email: 64210671@bsi.ac.id¹, ratih.rhs@bsi.ac.id², wawan.wsa@bsi.ac.id³

Submit:
20-10-2025

Revisi:
20-10-2025

Terima
21-10-2025

Terbit Online:
23-10-2025

ABSTRAKSI

Abstrak - Industri Coffeee shop di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama seiring perubahan gaya hidup masyarakat urban, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Coffeee shop tidak lagi hanya sekadar tempat menikmati kopi, tetapi juga menjadi ruang sosial dan produktif. PT. Jagat Pramudita Aksata, yang sebelumnya bergerak di bidang distribusi earphone, melakukan ekspansi ke bisnis F&B dengan membuka Coffeee shop “JOY Listening Space”. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan ini perlu memperhatikan kualitas produk dan pelayanan sebagai faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling, melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (t hitung $0,754 < t$ tabel $1,661$), sementara Kualitas Produk berpengaruh signifikan (t hitung $3,174 > t$ tabel $1,661$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (f hitung $9,157 > f$ tabel $2,70$, sig. $0,001 < 0,005$). Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas produk dan pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

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

ABSTRACT

Abstracts - The Coffeee shop industry in Indonesia has seen rapid growth in recent years, driven by changing urban lifestyles, especially among millennials and Gen Z. Coffeee shops are no longer just places to enjoy beverages but have become social and productive spaces. PT. Jagat Pramudita Aksata, originally operating in earphone distribution, has expanded into the F&B sector by launching the Coffeee shop “JOY Listening Space”. In an increasingly competitive market, the company must pay close attention to product and service quality as key drivers of customer satisfaction. This study aims to examine the effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction. A quantitative approach was employed using a non-probability sampling technique with 100 respondents. Data were analyzed using validity and reliability tests, multiple linear regression, t -test, and F -test. The results show that Service Quality does not have a significant partial effect on Customer Satisfaction (t -value $0.754 < t$ -tabel 1.661), while Product Quality does (t -value $3.174 > t$ -tabel 1.661). Simultaneously, both variables significantly influence Customer Satisfaction (F -value $9.157 > F$ -tabel 2.70 , sig. $0.001 < 0.005$). These findings emphasize the importance of enhancing both product and service quality to retain customer loyalty.
Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Industri coffee shop di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat urban, khususnya generasi milenial dan Gen Z, menjadikan coffee shop tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk bekerja, bersosialisasi, hingga berkreasi. Fenomena ini

mendorong munculnya berbagai coffee shop dengan konsep dan strategi yang beragam, menciptakan tingkat persaingan pasar yang semakin ketat.

PT Jagat Pramudita Aksata adalah sebuah perusahaan lokal yang bergerak di bidang Distribusi Earphone. Di dirikan pada tahun 2017. Yang beralamat di Jl. Boulevard Malibu Raya Rukan Malibu Blok H 16A, Cengkareng Jakarta Barat. PT. Jagat Pramudita

Aksata melakukan ekspansi usaha ke industri *food & beverage* (F&B) dengan membuka Coffe Shop “JOY Listening Space”. Langkah ini dinilai strategis mengingat pasar kopi di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan secara bersamaan (simultan) dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata?

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, hal-hal yang ingin diketahui melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata.

Kerangka Berpikir

1. Variabel Independen (Variabel Bebas):

Kualitas Pelayanan (X1), Merujuk pada persepsi pelanggan terhadap proses interaksi, sikap staf (barista), kecepatan layanan, kebersihan, kenyamanan tempat, dan penanganan keluhan di Coffee Shop.

Kualitas Produk (X2), Merujuk pada persepsi pelanggan terhadap kualitas minuman (misalnya, rasa kopi, suhu, konsistensi, kualitas bahan baku), makanan (jika ada), penyajian, dan variasi menu yang ditawarkan oleh Coffee Shop.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat):

Kepuasan Pelanggan (Y), Merujuk pada evaluasi keseluruhan pelanggan terhadap pengalaman mereka di Coffee Shop, yang merupakan hasil perbandingan antara harapan mereka dan kinerja aktual yang mereka rasakan dari sisi pelayanan dan produk.

Hipotesis

Hipotesis 1 :

Ho: Diduga Kualitas Produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata

Ha: Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata.

Hipotesis 2 :

Ho : Diduga Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata

Ha : Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata

Hipotesis 3 :

Ho : Diduga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata

Ha : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata. Metode kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2019) bercirikan positivisme dan penggunaan data konkret. Dalam implementasinya, penelitian ini akan menggunakan data numerik yang diukur dan dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan terkait masalah. Studi ini akan menginvestigasi kepuasan pelanggan PT Jagat Pramudita Aksata dan bagaimana hal tersebut dipengaruhi oleh pelayanan serta kualitas produk.

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan terencana dengan mengamati serta mencatat gejala-gejala yang berkaitan dengan objek penelitian (Arikunto, 2020). Dalam konteks ini, peneliti melaksanakan observasi langsung terhadap perilaku konsumen di coffee shop PT. Jagat Pramudita Aksata, Jakarta, guna memperoleh data empiris yang mendukung analisis terhadap permasalahan yang diteliti.

Pemilihan metode statistik deskriptif didasarkan pada karakteristik penelitian ini yang terencana secara sistematis dari tahap awal hingga penyusunan desainnya. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang diperoleh melalui metode purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 27.

a. Uji Validitas

Untuk menyatakan derajat ketepatan suatu alat ukur penelitian terhadap isi yang sebenarnya diukur. Menurut (Ghozali, 2018). Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner valid atau tidak.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:354) dalam (Nanda & Wangdra, 2023) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat uji untuk menunjukkan sejauh mana

instrument memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila diukur berulang kali. Jika koefisien Alpha memberikan tingkat signifikansi > 0,6, kuesioner dinyatakan reliable sedangkan koefisien Alpha memberikan tingkat signifikansi < 0,6, kuesioner tidak reliable.

c. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Sugiyono, 2021) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bisa serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi.

d. Linear Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan. Analisis ini memiliki fungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dirumuskan oleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:
 X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = Kualitas Produk
 Y = Kepuasan Pelanggan
 α = Konstanta
 b1 – b2 = Koefisien Regresi
 e = Kesalahan Pengganggu (Error/Term)

e. Uji T

Melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Sugiyono, 2019).

f. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh signifikan secara bersama atau simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada uji F untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara simultan dengan signifikansi 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat. Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka variabel bebas secara simultan tidak mempengaruhi variabel terikat. Ho diterima dan Ha ditolak.

g. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur derajat kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dalam hal ini adalah seluruh konsumen Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Akasata. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden.

3.1. Uji Validitas

Validitas menyatakan derajat ketepatan suatu alat ukur penelitian terhadap isi yang sebenarnya diukur. Menurut (Ghozali, 2018). Penelitian dalam hal ini adalah seluruh konsumen Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Akasata. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Dari para responden tersebut, diketahui informasi mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, dan pendapatan mereka.

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel	Correlasi	r Tabel	Keterangan
1	Tampilan fisik (dekorasi dan kebersihan) coffee shop ini menarik dan nyaman	.481**	0.1966	Valid
2	Peralatan dan fasilitas (meja, kursi, toilet, stop kontak, Wi-Fi) terlihat terawat dan berfungsi baik.	.581**	0.1966	Valid
3	Penampilan karyawan rapi dan bersih.	.588**	0.1966	Valid
4	Pesanan minuman/makanan Anda disajikan dengan benar sesuai pesanan - revisi	.608**	0.1966	Valid
5	Coffee shop ini memberikan pelayanan yang konsisten setiap kali Anda berkunjung	.637**	0.1966	Valid
6	Karyawan melayani dengan cepat dan tanggap terhadap permintaan Anda	.570**	0.1966	Valid

7	Karyawan bersedia membantu jika Anda memiliki pertanyaan atau permintaan khusus	.627**	0.19 66	Valid
8	Rasa minuman dan aroma kopi yang disajikan sesuai dengan selera dan ekspektasi Anda.	.553**	0.19 66	Valid
9	Anda merasa aman dan nyaman selama berada di coffee shop ini.	.614**	0.19 66	Valid
10	Akses tempat parkir yang mudah dan gratis	.543**	0.19 66	Valid
11	Karyawan berusaha memahami kebutuhan dan keinginan Anda sebagai pelanggan.	.556**	0.19 66	Valid
N o.	Variabel	Correlati on	r Tabe l	Keteran gan
1	Suhu minuman (panas/dingin) disajikan dengan tepat.	.610**	0.19 66	Valid
2	Bahan baku yang digunakan terasa segar dan berkualitas baik.	.478**	0.19 66	Valid
3	Rasa dan kualitas produk (minuman/makanan) konsisten setiap kali Anda pesan.	.615**	0.19 66	Valid
4	Produk di coffee shop ini memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan	.623**	0.19 66	Valid
5	Karyawan mampu melayani dengan cepat dan tanggap jika ada keluhan pesanan yang tidak sesuai	.576**	0.19 66	Valid

6	Presentasi (tampilan) minuman dan makanan menarik.	.671**	0.19 66	Valid
7	Kualitas bahan produk terlihat baik dan berkualitas	.639**	0.19 66	Valid
8	Karyawan terlihat berpengetahuan tentang produk yang mereka jual (misalnya, jenis biji kopi, metode penyajian)	.477**	0.19 66	Valid
9	Karyawan bersikap sopan dan ramah.	.535**	0.19 66	Valid
10	Kecepatan penyajian makanan dan minuman	.657**	0.19 66	Valid
11	Kualitas produk dan harga sesuai dengan review online (google maps)	.752**	0.19 66	Valid
N o.	Variabel	Correlati on	r Tabe l	Keteran gan
1	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman saya di coffee shop ini.	.663**	0.19 66	Valid
2	Harga dari beberapa menu minuman dan makanan ringan relatif murah	.747**	0.19 66	Valid
3	Coffee shop ini telah memenuhi harapan saya sebagai pelanggan.	.643**	0.19 66	Valid
4	Saya kemungkinan besar akan kembali mengunjungi coffee shop ini di masa mendatang.	.732**	0.19 66	Valid
5	Saya bersedia merekomendasi kan coffee shop ini kepada teman atau keluarga.	.716**	0.19 66	Valid

Sumber: (data yang diolah, 2025)

3.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variable	Reliabilitas	Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,794	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,835	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,730	0,60	Reliabel

Sumber: (data yang diolah, 2025)

3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,05983849
Most Extreme Differences	Absolute	0,078
	Positive	0,055
	Negative	-0,078
Test Statistic		0,078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,137
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar yang lebih besar dari tingkat kepercayaan (0,137 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual memiliki distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error				
1	(Constant)	7,547	3,105		2,430	0,017	
	Kualitas Pelayanan	0,054	0,072	0,083	0,754	0,453	
	Kualitas Produk	0,227	0,072	0,348	3,147	0,002	

Kualitas Pelayanan	0,054	0,072	0,083	0,754	0,453	0,711	1,406
Kualitas Produk	0,227	0,072	0,348	3,147	0,002	0,711	1,406

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Pada tabel diatas hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa nilai toleransi dari variabel X1 dan X2 lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,464	2,174		1,134	0,260
	X1	-0,087	0,067	-0,190	-1,288	0,201
	X2	0,068	0,065	0,154	1,043	0,299

a. Dependent Variable: ABS_RESS

Sumber: (data yang diolah, 2025)

3.4 Uji Regresi Linear

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7,547	3,105		2,430	0,017
	Kualitas Pelayanan	0,054	0,072	0,083	0,754	0,453
	Kualitas Produk	0,227	0,072	0,348	3,147	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:
 $Y = 7,547 + 0,054X1 + 0,227 X2$
 Arti Persamaan linear diatas adalah:

1. Nilai a yang diperoleh sebesar 7,547 maka dapat diartikan jika variable independent bernilai 0 (konstant) maka variable dependen atau kepuasan pelanggan bernilai 7,547 tidak ada perubahan nilai.
2. Nilai b1 yang diperoleh sebesar 0,054 dapat diartikan jika variable X1 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitupun sebaliknya.
3. Nilai b2 yang diperoleh sebesar 0,227 dapat diartikan jika variable X2

3.5 Uji T

Table 7 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,547	3,105		2,430	0,017
	Kualitas Pelayanan	0,054	0,072	0,083	0,754	0,453
	Kualitas Produk	0,227	0,072	0,348	3,147	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Dari data tabel diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 0,754 yang artinya t hitung < dari t tabel (0,754 < 1.661) dengan signifikansi 0,453 > 0,05 , maka variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat. Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Kualitas Produk memperoleh nilai t hitung sebesar 3,174 yang artinya t hitung > dari t tabel (3,174 > 1.661) dengan signifikansi 0,002 < 0,05 , maka variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat. Ha diterima dan Ho ditolak.

3.6 Uji F

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79,309	2	39,655	9,157	.000 ^b
	Residual	420,051	97	4,330		
	Total	499,360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Setelah dilakukan pengujian diperoleh hasil penelitian menunjukkan berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 9.157, karena nilai F hitung > F tabel (9,157 > 2,70) maka Ho ditolak dan Ha diterima yaitu dengan nilai signifikansi 0,000 (0,000 < 0,05), sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

3.7 Uji koefisien Determinasi

a. Uji Koefisien Determinasi Parsial

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 9 Uji Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.285 ^a	0,081	0,072	2,48784

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,081 mempunyai pengaruh yang lemah terhadap kepuasan pelanggan atau sekitar 8,1%.

2. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 10

Uji Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.347 ^a	0,120	0,111	2,43422

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai R Squar sebesar 0,120 mempunyai pengaruh yang lemah terhadap kepuasan pelanggan atau sekitar 12%.

b. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 11

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.366 ^a	0,134	0,116	2,42780

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: (data yang diolah, 2025)

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,134 atau 13.4% Dimana bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang lemah terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil semua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data tabel penghitungan uji t, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat di buktikan dengan angka yang di dapat dari t hitung sebesar 0,754 dimana ini lebih kecil dibanding dengan t tabel 1,661. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Iswandi, 2020)

Kualitas Pelayanan adalah aspek yang penting dalam sebuah Perusahaan agar mampu bersaing dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam minat pembelian ulang.

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data tabel penghitungan uji t, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat di buktikan dengan angka yang di dapat dari t hitung sebesar 3,174 dimana ini lebih besar dibanding dengan t tabel 1,661. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan., hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri 2022)

Kualitas Pelayanan adalah aspek yang penting dalam sebuah Perusahaan agar mampu bersaing dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam minat pembelian ulang.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji F antara kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata terdapat hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil F hitungnya sebesar 9,157 yang lebih besar dari F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sebagai nilai probabilitasnya. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT. Jagat Pramudita Aksata, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil uji t, Dimana nilai t

hitung lebih kecil dari t tabel ($0,754 < 1,661$). Maka, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Kualitas Produk (X2) memberikan pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil uji t, Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,147 > 1,661$). Maka, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Berdasarkan hasil uji f, f hitung lebih besar dari t tabel ($9,157 > 2,70$). Maka Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

REFERENSI

- Arikunto, S. (2020). Arikunto 2020. In *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek* (Vol. 8, Issue Jakarta:).
- Dewi, S. C. S., & Irawan, R. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Probiotik Pada Kampoeng Chicken*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS 25 Edisi 9. In *Badan Penerbit-Undip*.
- Iswandi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SIKAP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM PT. WATERTECH ESTATE CIKARANG. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 59–68. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2780>
- Megawaty, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Pizza Hut Summarecon Mall Bekasi Utara* [Skripsi]. Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Nanda, M. T., & Wangdra, Y. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Teno Sukses Abadi Di Kota Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2).
- Safitri, D. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda (Survei Pada Pelanggan PT. Tunas Dwipa Matra Natar)*. Universitas Lampung.
- Salsabila, H., Purwatiningsih, P., & Rini, R. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Vacuum Cleaner PT Hyla Abadi di Jakarta. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 2(3), 161–174. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i3.2104>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV* (Issue April).
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.