



Contents lists available at insancendikia.or.id

ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendikia.or.id/index.php/Arbitrase>



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika

Ajizah Nurulia Rachman¹, Susan Rachmawati², Roydawaty Bunga Sihol³

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Article Info

Keyword:

Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Coffee Shop, Kopi Kenangan

ABSTRACT

Competition in the cafe industry is increasingly fierce, so companies must be able to meet customer satisfaction by providing quality products and services. Although Kopi Kenangan is one of the well-known cafe brands in Indonesia, there are still complaints from customers regarding the quality of products and services at the Dewi Sartika branch. This study aims to see how product quality and service quality partially or simultaneously affect the level of customer satisfaction at Kopi Kenangan Dewi Sartika Branch. The study used a quantitative method with a survey approach. This study used 96 respondents selected through a purposive sampling method. Data were collected by distributing questionnaires and analyzed using several methods such as validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination tests, all conducted with the help of IBM SPSS software version 20. The study shows that product quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, with a contribution of 23.65%. Meanwhile, service quality also has a positive and significant impact, with a contribution reaching 31.59%. Together, these two variables positively and significantly influence customer satisfaction, contributing 55.2%, while the remaining 44.8% is influenced by factors not included in this study. Therefore, companies are advised to maintain consistent product quality and improve service process efficiency to optimize customer satisfaction.



© 2020 The Authors. Published by IICET.

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

Corresponding Author:

Ajizah Nurulia Rachman

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: rachmanajizah@gmail.com

Pendahuluan

Industri kedai kopi di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan ini sejalan dengan pergeseran gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda, yang memanfaatkan kedai kopi tidak hanya sebagai tempat membeli minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk bekerja, belajar, berdiskusi, dan bersantai. Perkembangan teknologi serta meningkatnya praktik kerja jarak jauh turut mendorong kebutuhan terhadap ruang publik yang nyaman dan mendukung aktivitas produktif. Kondisi tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha kedai kopi untuk tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman yang bernilai bagi pelanggan (Daniel et al., 2025).

Konsumsi kopi di Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan tren peningkatan yang konsisten. Peningkatan tersebut mencerminkan bahwa kopi semakin menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat. Tingginya minat masyarakat terhadap kopi mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi sekaligus meningkatkan persaingan antar merek. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan serta mempertahankan daya saing usaha (Siregar & Marbun, 2026).

Preferensi pelanggan terhadap merek kedai kopi menunjukkan bahwa Kopi Kenangan merupakan salah satu merek yang paling diminati masyarakat Indonesia. Pada tahun 2024, Kopi Kenangan memperoleh persentase preferensi pelanggan sebesar 40%, lebih tinggi dibandingkan sejumlah merek kedai kopi lainnya (Al-Fajri, 2024). Capaian tersebut menunjukkan bahwa Kopi Kenangan memiliki daya tarik yang kuat melalui variasi produk, kesesuaian rasa, kemudahan pemesanan, serta strategi pemasaran yang diterapkan.

Kopi Kenangan merupakan merek kedai kopi lokal yang didirikan pada tahun 2017. Perusahaan berkembang melalui inovasi produk, pemanfaatan aplikasi pemesanan, dan promosi melalui media sosial. Salah satu produk unggulannya adalah Kopi Kenangan Mantan. Popularitas tersebut menyebabkan pelanggan memiliki harapan yang tinggi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan pada setiap cabang Kopi Kenangan (Pangestu, 2024).

Meskipun memiliki popularitas yang tinggi, Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika masih menerima sejumlah keluhan pelanggan. Berdasarkan ulasan pelanggan pada Google tahun 2025, keluhan berkaitan dengan ketidakkonsistenan kualitas produk, ketidaksesuaian pesanan, waktu tunggu yang cukup lama, respons pegawai yang kurang cepat, serta penanganan keluhan yang belum optimal. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kepuasan pelanggan karena pengalaman negatif berpotensi mengurangi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui rasa, aroma, kebersihan, tampilan, serta konsistensi penyajian. Sementara itu, kualitas pelayanan berkaitan dengan kecepatan, ketepatan, keramahan, kemampuan pegawai, dan penanganan keluhan pelanggan. Produk yang berkualitas serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kualitas produk dan pelayanan yang tidak sesuai harapan dapat mendorong pelanggan beralih kepada pesaing.

Penelitian terdahulu mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan hasil yang berbeda. Widiarta et al. (2023) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Zodiac Coffee & Co. Hasil serupa juga ditemukan oleh Richard (2025) pada Coffee Must Break Tangerang. Namun, Nurdin dan Prasetyo (2025) menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Grand Batam Mall, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan perlunya pengujian kembali pada objek penelitian yang berbeda.

Penelitian ini berfokus pada Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika yang masih menghadapi keluhan terkait produk dan pelayanan. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan secara berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Penelitian dilaksanakan pada April–Juni 2026 di Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika, Ruko Dewi Sartika, Jalan Dewi Sartika, Cawang, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Variabel independen terdiri atas kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan yang pernah membeli produk di Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan batas kesalahan 10%. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kriteria responden adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, cukup setuju dengan skor 3, setuju dengan skor 4, dan sangat setuju dengan skor 5. Selain kuesioner, data pendukung diperoleh melalui observasi dan studi dokumentasi. Kualitas produk diukur berdasarkan kinerja, keandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, dan desain. Kualitas pelayanan diukur melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan kesesuaian harapan, minat melakukan pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan produk.

Analisis regresi linear berganda menggunakan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y adalah kepuasan pelanggan, a adalah konstanta, b_1 dan b_2 adalah koefisien regresi, X_1 adalah kualitas produk, X_2 adalah kualitas pelayanan, dan e adalah galat. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 20. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, dan koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Pengelompokan tersebut bertujuan memberikan gambaran mengenai profil 96 pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika yang menjadi sampel penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	22	23%
	Perempuan	74	77%
	Total	96	100%
Usia	17–25 tahun	75	78%
	26–35 tahun	16	17%
	36–45 tahun	3	3%
	>46 tahun	2	2%
	Total	96	100%
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	61	64%
	Karyawan swasta/PNS/ASN	24	25%
	Wirausaha	1	1%
	Belum bekerja	3	3%
	Lainnya	7	7%
Total		96	100%

Sumber: Data sekunder diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 74 orang atau 77%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 22 orang atau 23%. Berdasarkan usia, mayoritas responden

berada pada rentang 17–25 tahun, yaitu sebanyak 75 orang atau 78%. Sementara itu, berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden berstatus pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 61 orang atau 64%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang menjadi responden penelitian didominasi oleh perempuan berusia muda dengan latar belakang sebagai pelajar atau mahasiswa.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Dengan jumlah responden sebanyak 96 orang, derajat kebebasan dihitung sebagai berikut:

$$df = n - 2 = 96 - 2 = 94$$

Pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Butir	rr Hitung	rr Tabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	X1.1	0,298	0,200	0,003	Valid
	X1.2	0,550	0,200	0,000	Valid
	X1.3	0,558	0,200	0,000	Valid
	X1.4	0,414	0,200	0,000	Valid
	X1.5	0,573	0,200	0,000	Valid
	X1.6	0,525	0,200	0,000	Valid
	X1.7	0,543	0,200	0,000	Valid
	X1.8	0,622	0,200	0,000	Valid
	X1.9	0,687	0,200	0,000	Valid
	X1.10	0,477	0,200	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)	X2.1	0,584	0,200	0,000	Valid
	X2.2	0,657	0,200	0,000	Valid
	X2.3	0,576	0,200	0,000	Valid
	X2.4	0,623	0,200	0,000	Valid
	X2.5	0,643	0,200	0,000	Valid
	X2.6	0,507	0,200	0,000	Valid
	X2.7	0,488	0,200	0,000	Valid
	X2.8	0,625	0,200	0,000	Valid
	X2.9	0,534	0,200	0,000	Valid
	X2.10	0,512	0,200	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,550	0,200	0,000	Valid
	Y.2	0,385	0,200	0,000	Valid
	Y.3	0,626	0,200	0,000	Valid
	Y.4	0,594	0,200	0,000	Valid
	Y.5	0,708	0,200	0,000	Valid
	Y.6	0,569	0,200	0,000	Valid
	Y.7	0,518	0,200	0,000	Valid

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 2, seluruh butir pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada 0,200 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
X1	0,714	> 0,60	Reliabel
X2	0,775	> 0,60	Reliabel
Y	0,648	> 0,60	Reliabel

Berlandaskan Tabel 3, perolehan pengujian reliabilitas yang ada di tabel diatas, variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), juga kepuasan pelanggan (Y) mempunyai cronbach alpha yang melewati batas minimum 0,60. Temuan ini menjabarkan jika semua variabel sudah mencukupi syarat-syarat reliabilitas yang diatur. Karenanya, instrumen pengkajian di setiap variabel bisa disebut mempunyai jenjang konsistensi internal yang tinggi dan sesuai untuk dipergunakan pada tahap pengakumulasian data juga menjalankan rumusan pengkajian tambahan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98941769
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.028
Kolmogorov-Smirnov Z		.616
Asymp. Sig. (2-tailed)		.842

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yang ada di gambar diatas, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sejumlah 0,842 atau melewati 0,05. Temuan ini mengindikasikan jika data residual pada pengkajian ini mencukupi asumsi normalitas atau distribusinya normal.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.494	1.348		3.333	.001
Kualitas Produk	-.063	.042	-.216	-1.495	.138
Kualitas Pelayanan	-.011	.042	-.037	-.253	.801

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan perolehan uji heteroskedastisitas mempergunakan cara glejser di gambar diatas, semua variabel independen mempunyai angka signifikansi melewati 0,05 (Sig. > 0,05). Perolehan ini menjabarkan jika tidak terdapat dampak yang signifikansi antar variabel independen dan nilai residual absolut. Karenanya, bisa disebut jika model regresi pada pengkajian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.483	2.068
	Kualitas Pelayanan	.483	2.068

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan perolehan uji multikolinearitas, variabel kualitas produk juga kualitas pelayanan mempunyai angka Tolerance yakni $0,483 > 0,10$, juga angka VIF yakni $2,068 < 10$. Hasil tersebut menjabarkan jika tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	6.560	2.220		2.955	.004			
	Kualitas Produk	.243	.069	.351	3.512	.001	.674	.342	.244
	Kualitas Pelayanan	.310	.069	.450	4.504	.000	.702	.423	.313

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2026

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 6,560 + 0,243X_1 + 0,310X_2 + e$$

Konstanta sebesar 6,560 menunjukkan nilai kepuasan pelanggan ketika kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap konstan. Koefisien kualitas produk sebesar 0,243 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,243. Sementara itu, koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,310 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,310, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai standard error of the estimate sebesar 2,220 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai $t_{hitung} 3,512 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai $t_{hitung} 4,504 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_{a1} dan H_{a2} diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371.019	2	185.510	57.243	.000 ^b
	Residual	301.387	93	3.241		
	Total	672.406	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 57,243 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai F hitung $57,243 > F$ tabel 3,09 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.542	1.800

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,552 mengindikasikan bahwa 55,2% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan hasil uji t, variabel kualitas produk memperoleh nilai t hitung sebesar 3,512 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_1 diterima, dengan demikian dapat dikatakan kualitas produk secara signifikan dan positif memengaruhi Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Selanjutnya, Berlandaskan hasil uji koefisien determinasi parsial, variabel kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 23,65%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki kemampuan dalam menjelaskan perubahan pada kepuasan pelanggan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Muhammad Fadhil et al., 2023) dan (Ria Musfirah et al., 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan hasil uji t, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 4,504 yang lebih tinggi dibandingkan t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Selanjutnya, berlandaskan hasil uji koefisien determinasi parsial, variabel kualitas pelayanan diketahui memberikan kontribusi sebesar 31,59%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kemampuan dalam menjelaskan perubahan pada kepuasan pelanggan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Muhammad Fadhil et al., 2023) dan (Putri & Indra, 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 57,243 yang melebihi nilai F tabel sebesar 3,09, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan

kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika. Selain itu, berlandaskan hasil uji koefisien determinasi secara simultan sebesar 55,2%, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berkontribusi sebesar 55,2% pada kepuasan pelanggan. Sementara itu, 44,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Ria Musfirah et al., 2023) dan (Muhammad Fadhil et al., 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik rasa, aroma, tampilan, variasi, kesesuaian pesanan, dan konsistensi produk yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, responsif, dan profesional mampu menciptakan pengalaman pembelian yang lebih menyenangkan. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh produk yang diterima, tetapi juga oleh pengalaman selama proses pelayanan. Oleh karena itu, kualitas produk dan pelayanan perlu dikelola secara terpadu agar perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan serta mempertahankan daya saingnya.

Kopi Kenangan Cabang Dewi Sartika disarankan untuk menjaga konsistensi rasa dan mengevaluasi formula, prosedur penyajian, serta kemasan agar kualitas minuman tetap terjaga meskipun tidak langsung dikonsumsi. Perusahaan juga perlu meningkatkan efisiensi pelayanan melalui perbaikan alur operasional, penguatan koordinasi antar pegawai, serta penyesuaian jumlah pegawai pada waktu kunjungan pelanggan meningkat. Konsumen diharapkan memberikan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi perusahaan. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, citra merek, lokasi, dan loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang juga dapat dilakukan pada cabang lain dengan cakupan responden yang lebih luas agar menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Referensi

- Adli, M. F., Wijayanto, A., & Farida, N. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Nako. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 321–331. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37357>
- Al-Fajri, D. S. (2024, Oktober 31). Kopi Kenangan bersama segelas cappuccino: Kedai kopi dan jenis kopi yang diminati Gen Z. GoodStats. <https://goodstats.id/article/kopi-kenangan-bersama-seglas-cappuccino-kedai-kopi-dan-jenis-kopi-yang-diminati-gen-z-boBqI>
- Amanda, P., & Indra, N. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451>
- Daniel, S. S., & Wasino, H. (2025). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 6455–6462. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1624>
- Musfirah, R., Syarif, N., & Harisa, M. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku di Pasar Santa. *Jurnal Bisnis Digital dan Entrepreneur (BISENTER)*, 1(2), 110–114. <https://ojs.amiklps.ac.id/index.php/bisenter/article/view/44>
- Nurdin, M., & Prasetyo, A. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan Grand Batam Mall. *YUME: Journal of Management*, 8(2), 1055–1065. <https://doi.org/10.37531/yum.v8i2.9056>

- Pangestu, S. (2024). Pengaruh brand awareness dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan di Cengkareng, Jakarta Barat [Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika]. <https://repository.bsi.ac.id/repo/81507/Pengaruh-Brand-Awareness-Dan-Citra-Merek-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Produk-Kopi-Kenangan-Di-Cengkareng%2c-Jakarta-Barat>
- Richard, & Christiani, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee Must Break Tangerang. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 3(1), 28–38. <https://jurnal.utpas.ac.id/index.php/jpema/article/view/121>
- Siregar, Z. A., & Marbun, P. (2026). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Petik Medan. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 4430–4438. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6806>
- Widiarta, I. K., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 585–592. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/59132>