

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ' ELS COFFE
DIPADANG**

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION IN CAFE EL'S COFFE IN PADANG*

Reforman Bago; Agus Sutardjo; Meri Dwi Anggraini

Fakultas Ekonomi Prodi Manajmen Unirversitas Ekasakti

Email : reforman93@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menguji dan menganalisis 1. Indikator mana yang dominan dari kualitas pelayanan ,kualitas produk dan kepuasan konsumen 2. pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Populasi 15.567 orang dansampel 100 orang. Metode analisis data adalah Analisis Regresi Linear Berganda dan koefisien determinan sedangkan metode pengujian hipotesis adalah Uji t dan Uji F. Hasil dari Penelitian menunjukkan Indikator yang dominan pada Kualitas pelayanan adalah bukti fisik dengan TCR 84,10% dan Indikator yang dominan pada kualitas produk adalah estetika memiliki TCR 84% dan Indikator yang dominan pada kepuasan konsumen adalah waktu memiliki TCR 85%. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang.Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang .Konrtibusi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang sebesar 59,80% sedangkan sisanya 40,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti lokasi,citra merek dan lainnya

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to test and analyze 1. which indicators are dominant of service quality, product quality and customer satisfaction 2. the influence of service quality and product quality on customer satisfaction partially or simultaneously. Population of 15,567 people and sample of 100 people. The data analysis method is Multiple Linear Regression Analysis and determinant coefficient while the hypothesis testing method is the t test and F test. The results of the study show that the dominant indicator in service quality is physical evidence with a TCR of 84.10% and the dominant indicator on product quality is aesthetics. has a TCR of 84% and the dominant indicator on customer satisfaction is time has a TCR of 85%. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Cafe EL's coffee in Padang. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Cafe EL'S coffee in Padang. Service quality and product quality have a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction at Cafe EL'S coffee in Padang. Contribution of the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at Cafe EL'S coffee in Padang is 59.80% while the remaining 40.20% is influenced by other variables outside of this study such as location, brand image and others.

Keywords: Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Sekarang ini bisnis kuliner banyak di minati pelaku bisnis di Indonesia, karena bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini termasuk bisnis dengan profit yang besar. Selain itu gaya hidup masyarakat yang meningkat dengan kebiasaan untuk membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih efisien serta sebagai sarana refreasing, pertemuan dengan rekan bisnis, mengadakan acara spesial dengan keluarga dan kerabat maupun teman dan lain – lain, menyebabkan bisnis kuliner atau makanan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan.

Semakin maraknya bisnis kuliner dan semakin berkembangnya dunia usaha, dapat mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin bertahan untuk tetap menjalankan usahanya harus lebih cermat dalam mengambil suatu keputusan strategi guna mengikuti segala macam perubahan yang terjadi. Beberapa unsur penting yang berkaitan dengan keberhasilan suatu usaha adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Kedua unsur tersebut dapat membentuk loyalitas pelanggan yang merupakan tujuan utama dari para pelaku usaha bisnis. Tidak terkecuali bisnis usaha kuliner dari yang berskala kecil, menengah, hingga yang berskala besar. Semakin meningkatnya mobilitas masyarakat membuat segala hal yang bersifat bisnis secara instan semakin diminati sehingga hal ini menuntut pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan pelayanannya agar konsumen merasa puas dan akhirnya loyal.

Faktor yang menentukan kepuasan konsumen, salah satunya persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (Pasuruan dan Lupiyoadi 2014)

Selain dari kualitas pelayanan, faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas produk. 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 dan Amstrong, 2012: 283). Pengertian *food quality* Menurut Sugianto dan Sugiharto, 2013) adalah suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu berstandar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk memenuhi harapan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Cafe EL'S coffe Kota Padang. Alasan pemilihan tempat penelitian ini adalah, karena cafe ini merupakan cafe yang berkonsep *Coffe* yang berdiri di Kota Padang. Jumlah konsumen yang berkunjung setiap bulannya mengalami fluktuasi, akan tetapi dengan citra merek yang ada pada Cafe EL'S coffe masih belum mampu membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di Cafe EL'S coffe, disebabkan masih ada café-café yang menjadi pesaing Cafe EL'S coffe.

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café’ Els Coffe Dipadang**

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2011), terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Menurut Kotler dan Keller, 2016 kualitas Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu.

Menurut Tjiptono & Chandra (2011), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan konsumen. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2011), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Yamit (2010) membicarakan tentang pengertian kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Banyak pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Fandy Tjiptono (2016:4) mendefinisikan “Pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office atau backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (*sering disebut pula front office atau frontstage*)”

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014), terdapat lima indikator kualitas pelayanan jasa yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Bukti fisik (*tangibility*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya dalam pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, membiarkan konsumen menunggu persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara

- lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibilitas*), keamanan (*security*), kompetensi (*kompetensi*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu peroperasian yang nyaman.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283): Kualitas produk adalah “*The ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, realibility, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes.*” Dari definisi kualitas produk di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan dari satu produk yang ditawarkan kepada konsumen yang dirasa dapat memenuhi keinginan konsumen dilihat dari kinerja, daya tahan, pengoprasian produk dan lainnya

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230) mendefinisikan : *product quality :The characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”.pendapat ini menyatakan kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.Lain halnya menurut Kotler dan Philips (2012 : 230) mendefinisikan bahwa: *Product quality : “is one of the marketer’s major positioning tools. Quality has a direct impact on product or service performance; thus, it is closely linked to customer value and satisfaction.* Yang artinya kualitas produk adalah salah satu posisi utama dalam suatu pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk dan jasa sehingga terkait erat dengan nilai pelanggan dan kepuasan. Menurut Vincent Garpersz (2012 : 04) Definisi kualitas produk adalah: “*Quality is everything that is able to meet the wishes or needs of consumers.*” Yang artinya Kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2012:121) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur (*Feature*) Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut. .
3. Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
4. Keandalan (*Realibility*) Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
5. Estetika (*Esthetica*) Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Menurut kotler (2011: 150) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ ketidakpuasan konsumen. Kotler and Keller (2016), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Tjiptono (2012:301) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Tjiptono (2014), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pemakaiannya, mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan sebagai suatu tanggapan atau respon emosional pada evaluasi terhadap pengalaman

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Supranto (2016) kepuasan konsumen adalah kinerja suatu barang sekurang- kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa yaitu :

- a. Mutu Produk atau Jasa
yakni kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.
- b. Mutu Pelayanan
yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.
- c. Harga
harga yang ditawarkan oleh Café' ELS Coffe di Padang kepada konsumen apakah sesuai dengan yang diharapkan konsumen.
- d. Waktu
waktu yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- e. Keamanan
Kenyamanan dan keamanan konsumen atas pelayanan yang kita tawarkan

Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian relevan dan kerangka konseptual maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café' ELS Coffe Di Padang

H₂ Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café' ELS Coffe Di Padang

H₃ Diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café' ELS Coffe Di Padang

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Cafe EL'S coffe yang berada di Jln. Nipah Nomor 5 Kelurahan Berok Nipah Padang, Sumatera Barat pada Tahun 2019.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:14) yang dimaksud dengan metode pengumpulan data adalah sebagai berikut

1. Riset Lapangan (*Field Research*)
Yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi penelitian dengan maksud memperoleh data dan informasi melalui observasi dan kuesioner
2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)
Yaitu upaya untuk memperoleh data yang dilakukan oleh penulis melalui buku-buku sebagai landasan teori dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner
Kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan kepada pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti yaitu konsumen pada Café' ELS Coffe di Padang

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Guna mendukung penulisan, maka jenis data yang digunakan sebagai berikut :

- a. Data Kuantitatif
- b. Data Kualitatif

2. Sumber Data

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Agussalim M. (2015) Populasi adalah keseluruhan yang punya ciri yang sama, populasi dapat berupa orang, benda (hidup atau mati). Senada dengan itu, Arikunto (2014:108) mengemukakan bahwa populasi adalah "keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini seluruh di Konsumen yang membeli atau berkunjung di Cafe EL'S coffe Padang pada tahun 2019

2. Sampel

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai pada saat dilakukan penelitian dan memenuhi kriteria tertentu yaitu

konsumen Cafe EL'S coffe Padang yang datang sebanyak 100 orang, maka anggota populasi tersebut ditarik sebagai sampel

Uji Instrumen Penelitian

a.Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2014:44) validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas kuesioner dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dari Pearson, yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total. Perhitungan koefisien korelasi antara item dengan skor total akan mengakibatkan *over estimate* terhadap korelasi yang sebenarnya, maka perlu dilakukan koreksi dengan menggunakan corrected item.

b.Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut (Ghozali, 2013) reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan kembali kepada subyek yang sama dan pada waktu yang berbeda.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan tiga uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisita

Metode Analisis Data

Dalam melakukan pengujian statistik, maka penulis melakukan pengujian reliabilitas dan validitas untuk membuktikan tingkat keakuratan kevalitan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan tahapan pengujian meliputi.

Metode Pengujian Hipotesis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik yaitu uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

nilai residual sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 100 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dengan penjabaran sebagai berikut :

1. Variabel X_1 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,509 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,663

2. Variabel X_2 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,509 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,663
3. Uji Heteroskedastisitas
Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa tidak mengandung masalah heteroskedastisitas

Analisa Kuantitatif

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 27,353 artinya jika tidak ada kualitas pelayanan dan kualitas produk ($x_1, x_2 = 0$) maka nilai kepuasan konsumen adalah sebesar konstanta yaitu 27,353 satuan.
- b. Koefisien kualitas pelayanan 0,219 koefisien bernilai positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,219 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
- c. Koefisien kualitas produk 0,527 koefisien bernilai positif artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika kualitas produk naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,527 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

Hasil Koefisien Determinasi

nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,598. Hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang sebesar 59,80% sedangkan sisanya 40,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti lokasi, citra merek dan lainnya

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Berdasar tabel 4.14 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung (2,016) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,048 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang
2. Variabel kualitas produk memiliki t hitung (4,059) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima H_0 ditolak Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang

2. Uji F

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 22,025 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 (lihat lampiran tabel F) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,000^b lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H_3 diterima H_0 ditolak Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

Cafe EL'S coffe di Padang. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café' Els Coffe Dipadang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Indikator yang dominan pada Kualitas pelayanan adalah bukti fisik dengan TCR tertinggi 84,10% dan Indikator yang dominan pada kualitas produk adalah estetika memiliki TCR 84% dan Indikator yang dominan pada kepuasan konsumen adalah waktu memiliki TCR 85%.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang
4. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang
5. Kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang sebesar 59,80% sedangkan sisanya 40,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti lokasi,citra merek dan lainnya

Saran- Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi penulis
Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Ekasakti Padang
2. Bagi lembaga terkait
 - a. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hal tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan, serta dapat merekomendasikan Cafe EL'S coffe di Padang
 - b. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan sebaiknya Cafe EL'S coffe di Padang memperhatikan konsumen yang melakukan pembelian, serta memberikan inisiatif terlebih terhadap konsumen
 - c. Dalam meningkatkan kualitas produk pada Cafe EL'S coffe di Padang memperhatikan selera makan konsumen dan bagaimana upaya sesegera mungkin makanan tersebut disajikan dihadapan tamu, agar konsumen akan produk yang diinginkan sesuai dengan pesanan yang di inginkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, Dewa Gede Adi, and Ni Wayan Sri Suprapti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen* 7.11 (2018): 6041-6069.
- Afnina, Afnina, and Yulia Hastuti. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9.1 (2018): 21-30.
- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang
- Ahmad, Mutia Amanda, M. Agussalim, and Meri Dwi Anggraini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang." *Matua Jurnal* 3.1 (2021): 107-122.
- Alma, Buchari.2012. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ii. Satu Nusa. Bandung
- Fandy Tjiptono, Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta.Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Fiazisyah, Annisa, and Niken Purwidiani. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya." *Jurnal Tata Boga* 7.2 (2018).
- Freddy Rangkuti. 2014. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing . 14 Edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip.2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Ani, and Edy Yulianto. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 54.1 (2018): 74-81.

- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba.
- Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus S. Soegoto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Nalendra, Aloysius Rangga Aditya. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun)." *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)* 3.2 (2018): 281-288.
- Netriadi, Lira, salfadri, and Tifani Ratu Firdaus. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan." *Matua Jurnal* 3.1 (2021): 91-106.
- Noviyanti, Iis. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan." *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)* 1.2 (2018).
- Prandita, Luli, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store." *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6.1 (2018): 19-31.
- Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. "Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* 11.2 (2012).
- Putri, Dini Alyani, and Meri Dwi Anggraini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Kunango Jantan Padang." *Matua Jurnal* 2.2 (2020): 466-477.
- Putri, Nike Ziana, and Nova Begawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional Ii Sumatra Barat Padang Pariaman." *Matua Jurnal* 2.1 (2020): 139-154.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Cetakan kedua. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rosalia, Kiky Jenitha, and Ni Ketut Purnawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar." *E-Jurnal Manaj. Unud* 7.5 (2018): 2442-2469.
- Septayuda, Irwan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Kota Palembang." *MBIA* 17.1 (2018): 25-34.
- Setyawati, Widya Agustin, Muhamad Rifa'i, and Cahyo Sasmito. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien." *MADANI Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan* 10.2 (2018): 50-63.

- Setyowati, Nani. "ANALISA Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Apartemen Belmont Residence Kebon Jeruk." (2018).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Rina. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 7.2 (2018): 130-142.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran* .In Media: Bogor.
- Sutisna, 2012, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Edisikedua,. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Swastha,Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta
- Tiza, Mohd Farid, and Febsri Susanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang." (2019).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Yendra, Yedo. salfadri, and yulistia "Analisa Pengaruh Biaya Pengobatan, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Inderapura Kabupaten Pesisir Selatan." *Matua Jurnal* 3.1 (2021): 35-44.

Biaya Penelitian

a. Biaya administrasi, sebanyak	Rp. 200.000,
b. Biaya kertas dan tinta printer, sebanyak	Rp. 500.000
c. Biaya ujian/ sidang proposal penelitian, sebanyaknya	Rp. 300.000,-
d. Biaya ujian komprehensif/skripsi, sebanyaknya	Rp. 600.000,-
e. Biaya penggandaan dan penjilidan, sebanyaknya	Rp. 200.000,-
f. Biaya penerbitan dalam jurnal, sebanyaknya	Rp. 500.000,-
g. Biaya dan lain-lain, sebanyaknya	Rp. 200.000,-
Jumlah	<u>Rp. 2.500.000,-</u>