

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA YOUNG BREW KOFFIE

Nuri Kurnia Rahmanda

Tujuan utama bisnis kuliner adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan dengan barang dan jasa yang dapat meningkatkan produktifitas selama di dalamnya memiliki kualitas layanan yang baik dan kualitas produk agar mencapai kepuasan konsumen. Misalnya pada Young Brew Koffie yang telah berkembang sekitar satu tahu. Oleh karenanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Young Brew Koffie secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode survey eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen di kafe tersebut sebanyak 90 orang sesuai dengan pengambilan sampel penelitian yang menggunakan teknik *disproportionate stratified random sampling* secara aksidental. Hasil penelitian menunjukan pengaruh positif dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan model persamaan regresi $Y = -1,214 + 0,347 (X1) + 0,481 (X2)$. Kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini memiliki hubungan yang kuat ditunjukan oleh hasil analisis korelasi berganda yaitu 0,923 dengan pengaruhnya sebesar 85,2% berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dan sisanya 14,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil nilai F_{hitung} sebesar 247,049 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,10. Secara parsial, variabel X1 dan X2 pun memengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan hasil hipotesis 1: $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 6,807 lebih besar dari 1,662 dan hipotesis 2: $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 6,634 lebih besar dari 1,662.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT YOUNG BREW KOFFIE

Nuri Kurnia Rahmanda

The main purpose of the culinary business is to meet consumer needs and give consumer satisfaction with goods and services that can increase productivity as long as it has a good service quality and product quality to achieve consumer. For example at Young Brew Koffie that has evolved around one knows. Therefore, this study aims to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at Young Brew Koffie simultaneously and partially. This study used an explanatory survey method with a quantitative approach. Researchers distributed questionnaires to consumers of the café as many as ninety people in accordance with the research sampling using the accidental disproportionate stratified random sampling technique. The results showed the positive influence of service quality and product quality on consumer satisfaction with the regression equation model $Y = -1.214 + 0.347 (X1) + 0.481 (X2)$. Service quality and product quality on consumer satisfaction in this study have a strong relationship as shown by the results of multiple correlation analysis, namely 0.923 with an effect of 85.2% based on the analysis of the coefficient of determination and the remaining 14.8% is influenced by other factors. While the results of hypothesis testing state that service quality and product quality have a simultaneous and significant effect on consumer satisfaction with the result that the F count value of 247.049 is greater than the F table, namely 3.10. Partially, variables $X1$ and $X2$ also affect consumer satisfaction based on the results of hypothesis 1: $t \text{ count} > t \text{ table}$, which is 6.807 greater than 1.662 and hypothesis 2: $t \text{ count} > t \text{ table}$, which is 6.634 is greater than 1.662.

Keywords: Service Quality, Product Quality and Consumer Satisfaction