

## PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RIMBUN KOPI BATAM

Hastuti Rebeca Talaksoru<sup>1</sup>

Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan

2018020022@student.btp.ac.id

Siska Amelia Maldin<sup>2</sup>

Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan

siskamaldin982@gmail.com

### ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen dapat dikatakan tercapai apabila dipengaruhi hasil kualitas yang baik. Penelitian ini dilakukan pada Rimbun Kopi Batam yang berlokasi di Jl. Raja H.Fisabilillah No.7, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif menggunakan regresi linear sederhana dengan progres SPSS 26.0. Sampel penelitian ini sebanyak 99 responden yang merupakan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket. Dari uji t yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $4,137 > 1,984$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

**Kata kunci:** Kualitas produk, kepuasan konsumen

### ABSTRACT

*Consumer goals are a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after the expected performance (result). Consumer satisfaction can be said to be achieved if the results are of good quality. This research was conducted at Rimbun Kopi Batam, which is located on Jl. Raja H.Fisabilillah No.7, Tlk. Tering, district. Batam City, Batam City. This study aims to determine the effect of the quality of coffee beverage products on consumer satisfaction at Rimbun Kopi Batam. The type of research used is quantitative research with associative method using simple linear regression with SPSS 26.0 progress. The sample of this research is 99 respondents who are consumers in Rimbun Kopi Batam. The sampling technique used accidental sampling technique. The data collection method used in this research is by distributing questionnaires. From the t test that has been done it can be concluded that there is a relationship between the variables of product quality to partial consumer satisfaction, namely with a ratio of  $t_{hitung}$  values greater than  $t_{tabel}$  which is  $4,137 > 1,984$ . These results showed that the quality of the products studied in the study contributed 15% to explaining the changes in consumer satisfaction, the remaining 85% was affected by other variables not analyzed in the study model.*

**Keywords:** product quality, customer satisfaction

### PENDAHULUAN

Dalam masa modern ini, persaingan dalam bidang industri pariwisata berjalan sangat cepat dan ketat dalam mencapai keberhasilan suatu bisnis. Kementerian Investasi (2017) mengatakan bahwa industri pariwisata terbilang cukup signifikan bagi perekonomian negeri dengan meningkatnya jumlah wisman tiap tahunnya. Dari peningkatan tersebut berdampak kepada

Pulau Batam karena letak geografis yang strategis, yang berada dilintasan kapal yang padat didunia yaitu Selat Malaka dan Singapura. Bidang industri pariwisata memiliki beberapa jenis usaha yang meliputi: bisnis hotel, biro perjalanan wisata, bisnis kuliner dan lainnya.

Bisnis kuliner adalah jenis usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Perkembangan bisnis kuliner tiap tahunnya selalu meningkat, dengan demikian dapat



membuat bisnis dibidang kuliner bersaing cukup ketat antara satu dan yang lainnya. Ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya risiko yang cukup besar dalam menjalankan bisnis kuliner saat ini diantaranya adalah ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas makanan dan minuman serta pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu suatu perusahaan dituntut untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, karena dalam memahami apa yang dibutuhkan konsumen perusahaan dapat mempersiapkan dan merancang suatu strategi pemasaran agar dapat memperoleh kepuasan dari konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari konsumen akan menciptakan nilai-nilai tertentu. Pengalaman tersebut dapat menjadi suatu tolak ukur bagi konsumen yang melakukan perbandingan terhadap beberapa produk makanan dan minuman yang pernah dikonsumsinya. Saat ini salah satu produk minuman yang cukup diminati oleh banyak kalangan adalah minuman kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Prediksi menurut Goolive.id tingkat konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 370 ribu ton. Tidak hanya sekedar penghilang rasa kantuk, minum kopi kini sudah menjadi tradisi dan trend di beberapa kalangan. Riset Independen Toffin menemukan tujuh faktor yang mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia yang pertama, kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi. Kedua, meningkatnya daya beli konsumen kelas menengah dan harga *ready to drink coffee*

dikedai *modern* yang lebih terjangkau. Ketiga, dominasi populasi anak muda di Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi. Keempat, kehadiran media sosial yang memudahkan pebisnis kedai kopi melakukan aktivitas marketing dan promosi. Kelima, kehadiran *platform ride hailing (gofood/grabfood)* yang memudahkan proses penjualan. Keenam, rendahnya *entries barriers* dalam bisnis kopi yang ditunjang dengan ketersediaan pasokan bahan baku, peralatan (mesin kopi), dan sumber daya untuk membangun bisnis kedai kopi. kemudian yang terakhir adalah margin bisnis kedai kopi yang relative cukup tinggi.

Upaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak dilakukan agar usaha dibidang makanan dan minuman bisa menjadi yang terdepan diantara usaha dibidang lainnya. Hal ini sangat penting dilakukan karna salah satu keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul yang dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan suatu produk terhadap ekspektasi mereka dan tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut berasal dari dalam diri konsumen melalui kualitas suatu produk, harga dan lokasi yang dirasakan, karena hal tersebut sangat berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung lebih memilih untuk membeli produk dengan kualitas yang baik, harga terjangkau dan tentunya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau konsumen.

Salah satu industri yang menjual minuman kopi di Batam yang cukup populer saat ini adalah Rimbun Kopi yang berlokasi di Jl. Raja H.Fisabilillah Ruko Hupseng Blok C No.7, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota,



Kota Batam. Berdasarkan hasil rating di google review Rimbun kopi mendapatkan bintang dengan rating 4,6 dan ulasan sebanyak 279 ulasan. Dari beberapa ulasan yang ada terdapat 26 ulasan dengan bintang 3 yang terkait dengan menu yang kurang variatif dan penyajian pesanan yang cukup lama, hal ini tentu saja berpengaruh terhadap dimensi kualitas produk yaitu *asthetic* dan *serviceability*.



**Gambar 1.1 Rating di Google review**  
Sumber: Google review

Terlepas dari hal tersebut Rimbun Kopi tetap menyajikan berbagai varian minuman kopi hingga makanan berat dengan cita rasa yang cukup baik. Olahan minuman kopi tersebut dibuat dari biji kopi yang *diroasting* sendiri di Rimbun Kopi yang menciptakan rasa segar dan berbeda dari tempat kopi lainnya. Rimbun Kopi memiliki beberapa alat atau mesin kopi yang cukup memadai dalam mengolah minuman kopi sehingga dapat menjamin kualitas produk minuman kopi yang baik. Biji Kopi yang dijual di Rimbun Kopi kualitasnya termasuk dalam kualitas menengah keatas, hal itu dibuktikan dari rasa yang dihasilkan dari olahan biji kopi tersebut. Ada beberapa varian biji kopi yang ditawarkan oleh rimbun kopi untuk mengolah minuman kopi dengan menggunakan metode *manual brew*

yaitu, Sukabumi, Waerabo, Bajawa Flores. Adapun menu kopi yang terlaris adalah Rimbun Ice Kopi. Rimbun Kopi juga menyediakan fasilitas yang cukup memadai sehingga banyak konsumen yang datang berulang. Hal ini dibuktikan pada gambar grafik kunjungan di Rimbun Kopi selama enam bulan yang dimulai dari Maret 2021 sampai dengan Agustus 2021 sebanyak 17.987 orang.



**Gambar 1.2 grafik kunjungan konsumen di Rimbun Kopi Batam.**  
Sumber : Rimbun Kopi Batam (2021).

**Tabel 1.1 Data Pengunjung Rimbun Kopi 6 Bulan Terakhir.**

Bulan	Total Pengunjung
Maret	3.412
April	2.545
Mei	3.241
Juni	3.157
Juli	2.118
Agustus	3.514

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk minuman kopi di Rimbun Kopi Batam?
2. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi?



Adapun tujuan yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisa tingkat kualitas produk minuman kopi yang dihasilkan oleh pihak Rimbun Kopi Batam.
2. Menganalisa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk minuman kopi di Rimbun Kopi Batam.
3. Menganalisa pengaruh antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam,

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan pengertian produk (product) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2015: 236), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat *positioning* utama seorang pemasar. Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya.

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

- a) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b) *Durability* (daya tahan), 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 produk.
- c) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- e) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- g) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
- h) *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta



kompetensi dan keramahan staf layanan.

### Produk Minuman Kopi

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara di dunia. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu kopi Robusta (*coffea canephora*) dan kopi Arabika (*coffea arabica*). Indonesia menyumbang 10% kopi arabika dan 75% pasar kopi di dunia dikuasai kopi arabika. Sedangkan kopi robusta menguasai 25% pasar di dunia dan Indonesia menguasai 90% pasar kopi robusta.

Menurut Clayton (2021) Sejarah penemuan biji kopi dimulai sekitar tahun 800 SM. Pada saat itu, banyak orang di Benua Afrika, terutama bangsa Etiopia yang mengonsumsi biji kopi yang dicampurkan dengan lemak hewan dan anggur untuk memenuhi kebutuhan protein dan energi tubuh. Penemuan kopi sendiri terjadi secara tidak sengaja ketika penggembala bernama Khalid mengamati kawanan kambing gembalaannya yang tetap terjaga bahkan setelah matahari terbenam setelah memakan sejenis beri-berian. Ia pun mencoba memasak dan memakannya. Tempat asal penggembala tersebut dikenal dengan nama Kaffa, dan dari tempat itulah muncul istilah kopi atau coffee. Kebiasaan ini kemudian terus berkembang dan menyebar ke berbagai negara di Afrika, namun metode penyajiannya masih menggunakan metode konvensional. Barulah beberapa ratus tahun kemudian biji kopi ini dibawa melewati Laut Merah dan tiba di Arab dengan metode penyajian yang lebih maju. Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta (Rahardjo, 2013 : 7).

Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman

paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya. Di samping rasa dan aromanya yang menarik, kopi juga dapat menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, batu empedu, dan berbagai penyakit jantung.

Ada empat jenis kopi yang dikenal di dunia yaitu Robusta, Arabika, Liberika dan Excelsa. Kopi arabika dan kopi robusta memasok sebagian besar perdagangan kopi di dunia. Masing-masing jenis dari kopi ini memiliki keunikan dan nilai jualnya tersendiri. Varietas kopi arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dengan kadar kafein lebih rendah sehingga harganya lebih mahal. Kualitas kopi robusta dibawah kopi arabika dengan kadar kafein yang lebih tinggi, tetapi kopi robusta tahan terhadap penyakit daun karat (hama). Kopi liberika dan kopi excelsa dikenal kurang ekonomis dan komersial karena memiliki banyak variasi dan ukuran biji serta kualitas rasa yang lebih rendah diantara kopi arabika dan kopi robusta, selain itu kopi liberika dan kopi excelsa tidak bisa memenuhi pasokan kopi dunia yang bertambah tiap tahunnya.



Gambar 2.1 Biji Kopi Arabika dan Kopi Robusta

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) (2021)



Gambar 2.2 Biji Kopi Liberika  
Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) (2021)

Menurut *Specialty Coffee Association of America* (SCAA), kopi spesialti adalah kopi dengan rasa yang konsisten dan memiliki skor final lebih besar atau sama dengan 80,00. Penghitungan skor final didapat dari aroma dan rasa yang ada pada biji kopi, kemudian dikurangi skor lemah pada biji kopi tersebut. Nilai tersebut adalah hasil kumulatif dari beberapa penilaian yang ada pada kopi dan tertera di *scoresheet*, diantaranya :

a) *Roast Color*

Ini merupakan tingkatan roasting biji kopi, dari *light roast* hingga *dark roast*.

b) *Fragrance/Aroma*

*Fragrance* merupakan sisi aromatik biji kopi dalam keadaan sudah yang digiling, sedangkan aroma merupakan sisi aromatik dari biji kopi yang sudah digiling saat dibasahi oleh air panas.

c) *Acidity*

Keasaman yang ada pada kopi, apakah itu asam yang bersahabat ataupun tidak bersahabat. Namun *scoring* pada *acidity* ada sedikit perbedaan, bukan hanya *scoring* tapi ada pada tingkatan apa *acidity* tersebut, *High acidity*, *Medium* atau *Low Acidity*.

d) *Body*

Tekstur yang ada pada kopi, bagaimana karakter kekentalan saat kopi berada dalam mulut. Apakah nyaman dimulut, atau tidak nyaman sama sekali. Dibedakan antara *high body*, *medium* ataupun *low body*.

e) *Flavor*

Kombinasi karakter rasa yang ada seperti rasa *sweet*, *sour*, *bitter*, *salty*, *pungent* dengan aroma yang ada. *Flavor* ini dapat merujuk proses fermentasi yang dilakukan, sehingga jangan salah dari rasa saja *cupper* bisa tau *dry process*-nya

f) *Sweetnes*

Sensasi manis di sini bukan seperti sensasi manis gula yang sangat jelas, walaupun samar pada kopi tetap ada sensasi manis yang muncul.

g) *Clean Cup*

Seberapa tingkat kebersihan karakter rasa, yang mana dari mulai menyapnya hingga *aftertaste* apakah ada rasa lain yang mengganggu.

h) *Balance*

Seberapa harmonis rasa kopi yang dirasa, apakah ada yang berlebihan dari karakter rasa, ataukah ada yang hilang dari keseimbangan rasa kopi.

i) *Uniformity*

Konsistensi rasa yang ada pada kopi saat *cupping* di beberapa *cup*, apakah karakter rasa diantara *cup* yang banyak memiliki rasa yang berbeda atau tidak.

j) *Aftertest*

Seberapa lama durasi yang singgah, bagaimana konsistensi rasa yang tertinggal di mulut. Apakah sangat jelas, atau terlalu cepat.

k) *Overall*

Bagaimana keseluruhan rasa kopi, apakah begitu kompleks namun tetap menarik, atau terlalu sederhana dan tak berkesan. Ini adalah penilaian personal *cupper* menilai keseluruhan kopi.

l) *Defect*

*Scoring* pada kolom *defect* akan mempengaruhi *final score*, apakah karakter rasa terlalu berbeda diantara *cup* saat proses *cupping*.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan yaitu :

#### a) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### b) Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan bahkan jika lebih dari itu.

#### c) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai nilai dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karna kualitas dari produk

tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### d) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

#### e) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya (Tjiptono, 2003:104):

#### 1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat konsumen (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

#### 2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

#### 3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat

memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

#### 4) *Survey* kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survey*. L.R. Gay, dkk (2011) mendefinisikan penelitian *survey* adalah penelitian yang melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan tentang pendapat orang tentang beberapa topik atau masalah. Dalam penelitian ini, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuisioner/ *interview*.

Menurut Sugiyono (2016:8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa pengertian penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

## Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rimbun Kopi Batam dalam jangka waktu 6 bulan yaitu bulan Maret sampai bulan Agustus 2021 sebanyak 17.987 orang.

### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rimbun Kopi Batam maupun yang sudah melakukan kunjungan ulang ke Rimbun Kopi Batam dalam 6 bulan yaitu bulan Maret sampai bulan Agustus minimal satu kali kunjungan. Rumus yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan jumlah anggota sampel adalah dengan



menggunakan teknik Slovin dengan taraf signifikan  $e=0,1$  (10%).

### Teknik Sampling

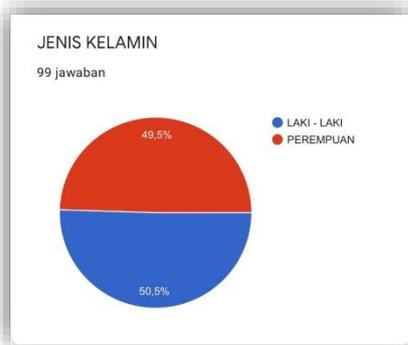
Definisi *accidental sampling* menurut Sugiyono (2020:175) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian merupakan konsumen di Rimbun Kopi Batam yang berjumlah 99 orang. Data tersebut didapatkan setelah melakukan perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Dengan jumlah 99 orang responden maka dapat diidentifikasi data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Rimbun Kopi Batam, jumlah pengunjung sebanyak 99 responden. Data yang diperoleh mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan pada gambar 4.1 dibawah ini :

Gambar 4.1

#### Karakteristik berdasarkan jenis kelamin



Sumber: data diolah pada tahun 2021

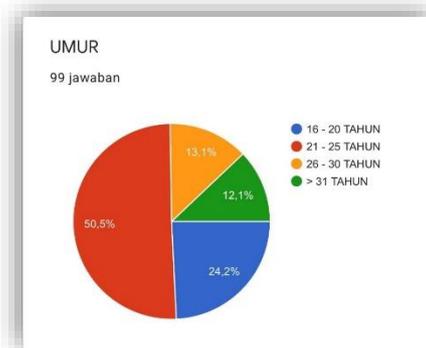
Dari Hasil pengolahan data karakteristik responden pada gambar 4.1 berdasarkan berdasarkan jenis kelamin diperoleh informasi yang menunjukkan bahwa dari 99

responden terdapat berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 49 orang atau sebanyak 49,5% dan responden laki-laki dengan jumlah 50 orang atau 50,5%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan sama banyaknya.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah ini :

Gambar 4.2  
karakteristik responden berdasarkan umur



Sumber: Data diolah pada 2021

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan usia 21-25 tahun merupakan kelompok yang mendominasi dengan jumlah 50 orang atau sebanyak 50,5% dari total responden. Sedangkan usia >31 tahun dengan jumlah yang paling sedikit dengan total 12 orang atau sebanyak 12,1%.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Penghitungan realibilitas dapat dilakukan dengan cara uji statistik Cronbach Alpha. Adapun hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil uji realibilitas variabel X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
X	0,886	Reliabel
Y	0,823	Reliabel

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel X dan Y adalah sebesar 0,886 dan 0,823. Kedua variabel ini dinyatakan reliabel karena keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 26.0 Analisis data dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.738	2.664		6.659	.000
	X	.334	.081	.387	4.137	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat nilai  $T_{hitung}$  adalah sebesar 4,137, Sedangkan  $T_{tabel}$  dapat di cari dengan menggunakan rumus:

$$T = (a/2 : N - K - 1)$$

$$T = (0,05/2 : 99 - 1 - 1)$$

$$T = (0,025 : 97) \text{ [hasil dilihat pada distribusi nilai } T_{tabel}]$$

$$T = 1,98472$$

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa  $T_{tabel} < T_{hitung}$  maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Dalam hal ini, berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa  $1,98472 < 4,137$  yang berarti  $T_{tabel}$  lebih kecil dari  $T_{hitung}$  dan dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

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

Menurut Imam Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Seberapa besarnya pengaruh variabel x dan variabel y dibuktikan pada tabel berikut:

Table 4.6 Hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.387 <sup>a</sup>	.150	.141	2.537

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi pada Tabel 4.9 diatas, besarnya koefisien determinasi atau *adjusted* ( $R^2$ ) adalah 0,150 berarti kualitas produk minuman kopi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 15% ( $0,150 \times 100$ ), sedangkan sisanya yaitu 85% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pembahasan

Pada penelitian ini jumlah responden yang diambil sebanyak 99 orang dengan



jumlah perempuan sebanyak 49 orang atau sebesar 49,5% dan jumlah laki-laki sebanyak 50 orang atau sebesar 50,5%. Kelompok usia responden yang mendominasi pada penelitian ini yaitu usia 21-25 tahun sebanyak 50 orang atau sebesar 50,5%, usia 16-20 tahun sebanyak 24 atau sebesar 24,2%, usia 26-30 tahun sebanyak 13 atau sebesar 13,1% dan kelompok usia paling sedikit yaitu usia >31 tahun sebanyak 12 atau sebesar 12,1%. Penelitian ini membahas berupa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Sebelum melakukan uji hipotesis, sudah dilakukan sebelumnya beberapa uji, yaitu uji coba instrumen dan uji asumsi klasik. Uji coba instrumen ini berfungsi untuk mengetahui apakah sebuah lembaran kuesioner tersebut layak disebar atau tidak. Pada penelitian ini, penulis melakukan uji validitas yang dijelaskan pada Tabel 4.1. Uji validitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 99 responden terlebih dahulu sebagai uji coba instrumen untuk mendapatkan hasil pernyataan yang valid.

Setelah valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur hasil atau pengukuran agar bersifat tetap, kredibel dan terbebas dari kesalahan pengukuran. Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa variabel X dan Y adalah sebesar 0,886 dan 0,823. Kedua variabel ini dinyatakan reliabel karena keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

Untuk mengetahui penyimpangan asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas yang sudah dicantumkan pada tabel 4.3, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen berdistribusi secara normal dengan menggunakan metode *one-sample Kolmogorov-Smirnov test* dengan signifikan

0,200 (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) yang lebih besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal. Sedangkan dalam uji linearitas yang sudah dicantumkan pada tabel 4.4 dengan diperoleh nilai signifikasinya sebesar 0,060 yang di mana nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa antara variabel kualitas produk minuman kopi dan kepuasan konsumen terdapat hubungan linear secara signifikan. Dalam penelitian ini kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu uji regresi linear sederhana, uji t dan uji determinan koefisien ( $R^2$ ). Tujuan dari regresi linier sederhana ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk uji regresi linear sederhana pada penelitian ini hipotesisnya diterima, karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05. Nilai signifikasinya yaitu sebesar 0,000 yang dijelaskan pada Tabel 4.4, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Setelah melakukan uji regresi linear sederhana, kemudian dilakukan uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruhnya sendiri-sendiri antara variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Dari uji t yang sudah dilakukan pada Tabel 4.5, mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $4.137 > 1,984$ . Selanjutnya dilakukan uji R untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk untuk variabel kepuasan konsumen. Dalam uji ini dapat dilihat pada Tabel 4.6 dijelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,387, yang berarti



keeratan hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) dengan variabel terikat (kepuasan konsumen) relative cukup kuat. Hubungan tersebut dikatakan cukup kuat karena nilai koefisien korelasi (R) lebih dari 0,5 atau mendekati 1. Berikutnya Tabel 4.6 juga menyatakan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,150. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini. Variabel-variabel lain tersebut antara lain harga, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi, maka dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan dan pemaparan bahasan sebelumnya. dapat ditarik kesimpulan terjadi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Dari uji t yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $4.137 > 1.984$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

### Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam.
2. Agar kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam tetap optimal, maka harus terus memperhatikan kualitas produk minuman kopi yang berkualitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel bebas maupun variabel terikat yang lain sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih detail dan jelas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Clayton, Ronald F. 2021. *Coffee Knowledge*. Dalam <https://pdfcoffee.com/coffee-knowledge-pdf-free.html>. Diakses pada tanggal 25 September 2021.
- Annisha, & Soekarno. 2018. *Skripsi: Pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan konsumen di Jade Lounge Swiss-Bell Residences Kalibata Jakarta*. Dalam <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/10202> Diakses pada tanggal 27 September 2021.
- Endriati, Theresia E. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo Di Alaya Samarinda*. Dalam <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/EKM/article/view/961> diakses tanggal 26 September 2021.



- Gay. L.R, dkk, 2011. *Memahami Metode Survey*, dalam <https://ometlit.com/metode-survey/>.
- Goolive, 2021. *Konsumsi Kopi Nasional Dalam* <https://goolive.id/main/news/detail/74/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>.
- International Coffee Organization. 2012. *Monthly Coffea Market Report*. Agustus 2012. Dalam <http://www.ico.org/>, diakses tanggal 26 September 2021.
- Investasi, Kementrian 2017. Badan Koordinasi Penanaman Modal Tentang Peluang Bisnis Industri Pariwisata, dalam <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/peluang-bisnis-industri-pariwisata>.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2010. *Principle Of Marketing, 13th edition*. United States of America: Pearson.
- Kotler & Amstrong. 2015. *Pengertian Kualitas Produk*, dalam <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/934/3/22160127%20%20Claudia%20Ade%20-%20bab%202.pdf>.

