

PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LUAR GARIS TIBAN KOTA BATAM

Aidil Alvaridzi¹

Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
2019020028@student.btp.ac.id

Dailami²

Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
dailami@btp.ac.id

ABSTRAK

Sebuah usaha food and beverage di coffee shop terutama untuk kepuasan membutuhkan kualitas dari sebuah minuman, sang penulis perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui menu minuman tersebut layak dikonsumsi dan disajikan yang terbaik terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan dan kepopuleran sebuah minuman dengan mengandalkan kualitas kopi dari seorang barista ketika menyajikan berbagai rasa kelayakan minuman terhadap tamu. Dan Penelitian dilakukan dengan mengobservasi hal lain yang dilakukan oleh Barista, seperti memperhatikan alat alat dan bahan yang akan digunakan serta beberapa metode yang dilakukan barista seperti kalibrasi mesin kopi, kalibrasi biji kopi, pembuatan bahan bahan, kinerja serta kebersihan barista. Pengolahan data dengan data kuantitatif sebagai pendukung dan pendekatan deskriptif, observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan di Luar Garis Tiban. Sampel yang didapatkan di penelitian ini menggunakan rumus slovin.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

A food and beverage business in a coffee shop especially for satisfaction requires the quality of a drink, the writer needs to do an evaluation to find out if the drink menu is suitable for consumption and served the best for consumers. This study aims to determine the advantages and popularity of a drink by relying on the quality of the coffee from a barista when serving various flavors of the appropriateness of the drink to guests. And research is carried out by observing other things done by Baristas, such as paying attention to the tools and materials to be used as well as several methods carried out by baristas such as calibrating coffee machines, calibrating coffee beans, making ingredients, performance and cleanliness of baristas. Data processing with quantitative data as a support and descriptive approach, observation, interviews, documentation and distribution of questionnaires as a data collection technique carried Luar Garis Tiban The samples obtained in this study used the slovin formula.

Keyword : Quality Product, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pariwisata menurut (Sutrisno, 2008) dalam (Adjie, 2018). adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan yang melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas wisatawan dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan. Secara lebih luas didalam UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, juga dijelaskan mengenai pengertian kepariwisataan, yang diberikan batasan pengertian: Keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidimensi yang muncul sebagai wujud kebutuhan

setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan Jurnal masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha Gejala pariwisata telah ada semenjak adanya perjalanan manusia dari suatu tempat ke tempat lain dan perkembangannya sesuai dengan sosial budaya masyarakat itu sendiri. Semenjak itu pula ada kebutuhan-kebutuhan manusia yang harus dipenuhi selama perjalanannya, di samping juga adanya motivasi yang mendorong manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan meningkatnya peradaban manusia, dorongan untuk melakukan perjalanan semakin kuat



dan kebutuhan yang harus dipenuhi semakin kompleks. Motivasi dan motif perjalanan dari jaman ke jaman berbeda-beda tingkatannya, sesuai dengan perkembangan dan tingkat sosial budaya, ekonomi dan lingkungan dari masyarakat itu sendiri.

Motivasi dan motif perjalanan masyarakat pada jaman pra sejarah berbeda dengan motivasi dan motif perjalanan masyarakat pada jaman modern. Cara perjalanan dan fasilitas yang digunakan masyarakat masih sederhana kalau dibandingkan dengan masyarakat yang lebih maju. Menurut (Suwena & Widyatmaja, 2018) Pariwisata berasal dari dua kata yaitu *Pari* dan *Wisata*. *Pari* dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan *Wisata* dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata "pariwisata" dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah "Tour" sedangkan untuk pengertian jamak, kata "Kepariwisataaan" dapat digunakan kata "tourisme" atau "tourism". Menurut (Herlyana, 2019) *Coffee Shop* pertama di Eropa didirikan tahun 1529. Minuman kopi ini menjadi sangat di gemari di Eropa karena adanya ide untuk menyaring kopi dan memperhalus citra rasa minuman kopi dengan susu dan gula. *Coffee Shop* di Eropa semakin populer karena mereka tidak hanya menjual minuman kopi tetapi mulai menjual kue-kue manis dan penganan yang lainnya.

Indonesia terkhusus di kota Batam terkenal dengan kreasi minuman yang banyak dan sangat unik juga banyak nya kreasi yang membuat minuman tersebut menjadikannya rasa yang unik dan enak dan juga membuat ketertarikan pelanggan untuk datang kembali. Banyaknya *coffee shop* yang ada di kota Batam menyebabkan para pengusaha harus berpikir lebih kreatif untuk menciptakan kualitas produk yang terjaga agar terjadi kenyamanan bagi tamu yang

datang dan juga mempengaruhi kualitasnya agar bisa menikmati suasana yang ada di *coffee shop* dan bisa bersantai menghabiskan waktu luang yang ada bertujuan agar tamu-tamu yang datang bisa sering datang ke *coffee shop* tersebut, bahkan bisa membawa keluarga, teman dan pasangan mereka jika mereka sudah merasa kualitas yang diberikan menarik untuk di kunjungi terus menerus. Albert Einstein pernah berkata bahwa ide mendasar yang tentang sains sebenarnya *simple* saja, dan bisa, sebagai sebuah peraturan, diekspresikan dalam cara yang komprehensif untuk semua orang. Rasa-rasanya ini bisa berlaku pula pada salah satu kasus yaitu kualitas minuman kopi yang ada di *coffee shop* Luar Garis Tiban. Kesederhanaan tidak berarti membuat mutu menjadi jelek atau dipandang remeh, tapi malah membuat pembicaraan tentangnya bisa menjadi lebih intens dan ketertarikan tertentu. Sebagai contoh untuk ini bisa ditemui dalam cara yang unik yang kita pilih untuk menggambarkan kopi kita.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih lanjut tentang perusahaan Luar Garis dalam membuat kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di daerah Luar Garis Tiban dengan teknik pendekatan kuantitatif. Seperti yang kita ketahui, restoran atau *coffee shop* saat ini sudah banyak berkembang dari segi pelayanan dan produk. Produk memiliki peranan terutama produk minuman kopi yang penting sebagai gambaran tentang menu di *coffee shop* terlebih ketika hal tersebut memang ditujukan untuk para kalangan yang mau santai dan menikmati kopi di *coffee shop* tersebut.

Batasan Masalah

Penulis dapat menarik berbagai masalah yang teridentifikasi berdasarkan latar belakang dibuat yang dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana Pengaruh dari kualitas produk minuman kopi di *coffee shop* Luar Garis Tiban. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas minuman kopi di



coffee shop Luar Garis Tiban. *Coffee Shop* yang kekinian dikalangan anak muda dan lokasi yang strategis dan memiliki konsep minimalis yang membuat nyaman di tempat tersebut.

Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang untuk menuju arah yang lebih positif. Menurut (Rexadi, 2019) Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang untuk menuju arah yang lebih positif. Bila pengaruh ini adalah pengaruh yang positif maka, seseorang akan berubah menjadi lebih baik, yang memiliki visi misi jauh kedepan. Pengaruh dibagi menjadi dua, ada yang positif, ada pula yang negatif. Bila seseorang memberi pengaruh positif kepada masyarakat, ia bisa mengajak mereka untuk menuruti apa yang ia inginkan. Namun bila pengaruh seseorang kepada masyarakat adalah negatif, maka masyarakat justru akan menjauhi dan tidak lagi menghargainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu keadaan yang membawa perubahan baik secara hal yang berskala besar maupun hal yang berskala kecil melalui tindakan menjadi kearah yang bervariasi atau berbeda.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan tugasnya, kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan yang dicapai oleh produk secara keseluruhan. Kualitas adalah ukuran standar yang diinginkan oleh konsumen, jika suatu perusahaan dikatakan sudah berkualitas berarti sudah memenuhi standar keinginan konsumen bahkan melebihi harapan dari konsumen. Berikut pengertian kualitas menurut beberapa ahli: Menurut Lupiyoadi (2014:212), kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik

yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya. Adapun Menurut Garvis dan Davis (Nasution, 2004:41), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Crosby (Nasution, 2004:41), kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi dalam jurnal (Endriati, 2017). Menurut (Hayani, 2017). Kualitas produk dari minuman menjadi variabel penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari minuman untuk konsumen. Kepercayaan konsumen akan bagus atau tidaknya suatu produk dengan sangat baik dapat terlihat dari pengalaman konsumsi produk tersebut. Produk bisa juga defenisikan menjadi tampilan dari fisik, psikologi, serta tanda yang dapat menciptakan kepuasan serta keuntungan untuk konsumen memaparkan jika kualitas yakni sebuah keadaan yang berubah-ubah yang berimplikasi dengan produk. Produk bagus dan pelayanan bagus memiliki peran yang cukup besar dalam tingkat kepuasan konsumen. penyedia yang sangat baik memiliki peran ukuran penuh pada kebanggaan pembeli dalam arah yang baik. ini berarti bahwa jika tingkat pertama penyedia meningkat, maka kepuasan konsumen akan tumbuh. Kualitas. Dapat disimpulkan dari definisi diatas Kualitas Produk terutama di minuman memiliki juga peranan penting demi kepuasan, kebanggaan pelanggan atau konsumen dalam arah yang lebih baik, dan merupakan aspek awal menarik konsumen.

Definisi Minuman Kopi

Menurut (Gumulya & Helmi, 2017) Perkembangan dari perkebunan kopi ini mendorong perkembangan infrastruktur di Jawa Tengah pada akhir abad 18. Jalanan dan rel kereta api yang sangat dibutuhkan untuk mengangkut kopi dari pedalaman pulau Jawa ke pelabuhan dimana biji-biji kopi diangkut dalam kapal untuk diekspor. Sebelum Perang Dunia kedua, Jawa Tengah memiliki sistem transportasi rel yang sangat kuat. Sistem ini



membawa kopi, gula, merica, teh, dan tembakau dari provinsi ke kota pelabuhan Semarang. Indonesia Timur, Timor Timur, dan Flores juga memproduksi kopi dalam periode ini, namun daerah-daerah ini masih berada dalam jajahan Portugis dan sumber bibit kopi Arabika yang ditanam berbeda.

Menurut jurnal (Rezky & Porajouw, 2016) kopi atau kopi dalam bahasa Indonesia dikenal luas sebagai minuman penyegar yang terbuat dari biji kopi. Kopi saat ini menjadi salah satu minuman paling terkenal di dunia. Kopi bukanlah tanaman asli Indonesia, melainkan jenis tanaman dari benua Afrika. Tanaman kopi dibawa ke pulau Jawa pada tahun 1696, namun saat itu masih dalam tahap percobaan. Di Jawa, pabrik kopi tersebut baru mendapat perhatian penuh pada tahun 1699 karena pabrik kopi tersebut mampu berkembang dan memproduksi dengan baik. Kopi memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia diberkati dengan letak geografis yang cocok untuk perkebunan kopi.

Kepuasan

Kepuasan adalah keadaan di mana keinginan dan harapan terpenuhi. Setiap pelayanan yang ditawarkan akan dianggap memuaskan apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi permintaan.

Definisi Kepuasan. Kata kepuasan (*satisfactions*) berasal dari kata “*Satis* “ (artinya adalah cukup baik, memadai), dan “*Facio* “ (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen juga merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) dalam (Kotler, 2019) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi , pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi, tingkat kepuasan dan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Perilaku konsumen

Perilaku konsumen sangat penting dalam pemasaran, karena dengan mempelajari perilaku konsumen dapat membantu perusahaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam aktifitas manajemen pemasaran sertaperusahaan dapat mengetahui bagaimana cara memuaskan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu dan bersifat dinamis.

Kualitas Pelayanan

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif TQM (Total Quality Management) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia.

Harga

Merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan, dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan pemasukan bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. harga merupakan suatu elemen yang penting didalam proses pertukaran produk untuk mendapatkan produk yang dibelinya guna memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya.

Kualitas Produk

Pelanggan akan puas secara batin fisik jika mendapatkan produk yang diinginkan sesuai dengan espektasi mereka bahkan diluar dugaan yang membuat nama mutualisme yang menguntungkan kedua belah pihak dari konsumen dan kafe.

Coffee Shop

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Coffee Shop* atau kedai



kopi adalah tempat yang menyajikan beberapa olahan minuman dan makanan kecil. Seiring perkembangan, zaman kini *coffee shop* tidak hanya menjual kopi saja melainkan juga makanan ringan dan berat.

Konsep Konsep *Coffee Shop*

Dalam menarik beberapa pengunjung sebuah kafe juga memiliki keunikan tempat yang membuat ketertarikan seorang pengunjung untuk datang bersantai dan menikmati momen -momen di *coffee shop* tersebut. Berikut beberapa konsep kafe:

Konsep Outdoor

konsep terbuka dengan alam agar pengunjung bisa menghilangkan berbagai stres yang disambuti dengan pemandangan alam seperti pohon, danau, dan angin alam.

Konsep Indoor

Coffee shop ini biasanya dijumpai di berbagai mall dan beberapa hotel yang terdapat *coffee shop* didalamnya. Biasanya kafe yang berkonsep ini ditujukan sebagai tempat seseorang yang mau melakukan kegiatan rapat antar perusahaan

Konsep Bertema

Mengikuti zaman *coffee shop* yang ada di Indonesia juga menyediakan tema tema yang unik agar menarik pengunjung untuk datang seperti halnya rock & roll cafe yang ditujukan untuk anak muda yang hobi dengan musik genre rock, vintage bertema

klasik tahun 80 an yang ditujukan kesemua kalangan yang menghobikan suasana klasik dan berbagai tema lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, peneliti harus menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Sugiyono (2019:2) dalam (Nuraeni, 2017) mengemukakan bahwa Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei dan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) dalam (Jasmalinda, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah pelanggan dari manapun yang mengunjungi kafe Luar Garis Tiban demi mendapatkan kepuasan dari produk minuman Kopi.

Tabel. 3.1 Data pengunjung

Oktober	402
November	394
Desember	406
Total	1202

Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018, p. 81) dalam (Nanincova, 2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel bisa dikatakan dari wakil nya dari sebuah populasi penelitian karena merupakan dua hal yang sangat menentukan dalam sebuah

penelitian dan dapat memberikan generalisasi pada kesimpulan hasil penelitian yang dicapai. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 92.31 dan dibulatkan sebanyak 92 orang.

PEMBAHASAN

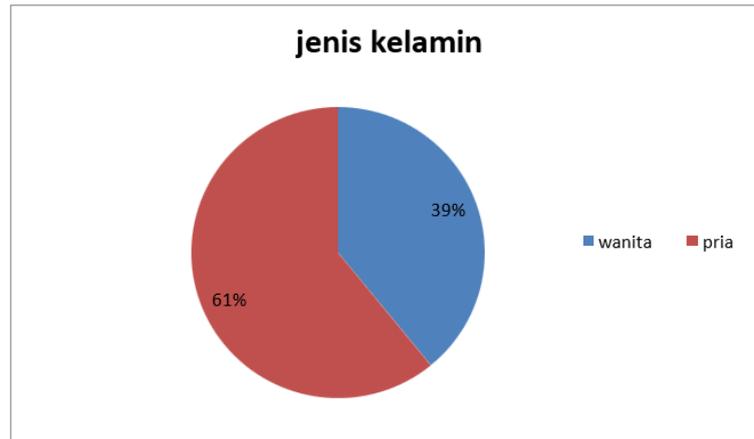
Responden di dalam penelitian ini



sebanyak 92 konsumen di Luar Garis Tiban Kota Batam. Data diperoleh setelah menghitung rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%. Jumlah responden

sebanyak 92 orang, dan karakteristik responden dapat dilihat dari jenis kelamin, pekerjaan, dan usianya.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin



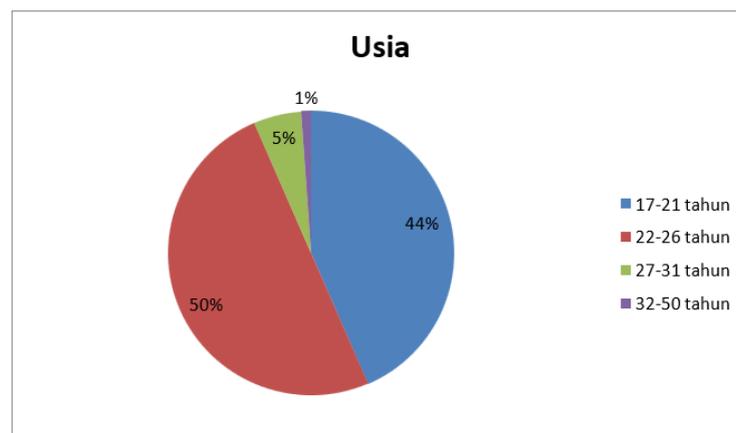
Gambar 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.

Dari hasil pengolahan data karakteristik responden pada Gambar 4.1 berdasarkan jenis kelamin, diperoleh informasi bahwa dari 92 responden terdapat 56 orang atau 60,9% responden dengan jenis kelamin

pria, dan 36 orang atau 39,1% responden dengan jenis kelamin perempuan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan.

4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

4.1.3



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa pengunjung Luar Garis Tiban Kota Batam, berdasarkan usia saat menggunakan

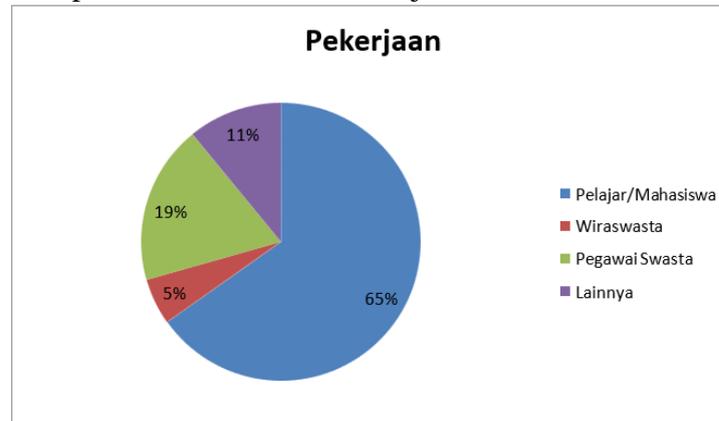
kuesioner untuk membandingkan responden berusia 17-21 dengan total 40 orang atau sebesar 43,50%. Untuk usia 22-



26 saat pengambilan data kuesioner di Luar Garis Tiban Kota Batam yaitu sebanyak 46 orang atau 50.0% dan diberitahukan bahwa usia ini tergolong yang responden yang paling banyak diantara lainnya. Sedangkan

untuk usia 27-31 tahun saat pengambilan data kuesioner di Luar Garis Tiban yaitu hanya 5 orang atau 5.40%. Dan untuk usia 32-50 tahun hanya berjumlah 1 orang atau 1.1%.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil olah data dari seluruh survey penelitian, identifikasi responden dalam penelitian ini adalah jumlah responden yang berkunjung ke Luar Garis Tiban Pelajar/Mahasiswa berjumlah 60 orang atau 65.20%, untuk wiraswasta berjumlah 5 orang atau 5.40%, Pegawai Swasta berjumlah 17 atau 18.50%, dan untuk yang lain lainnya sebanyak 10 orang atau 10.90%.

Deskripsi Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan keefektifan kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Valid berarti perangkat dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat diukur dengan nilai r.

Uji validitas ini dilakukan terhadap 92 konsumen yang disurvei Luar Garis Tiban dengan total 8 pertanyaan pada 4 indikator variabel X. Berikut adalah hasil uji validitas.

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X

Variabel	No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X)	Kinerja	0.751	0,306	Valid
		0.811		Valid
	Kesesuain Spesifikasi	0.754	0,306	Valid
		0.701		Valid
	Estetika	0.731	0,306	Valid
		0.744		Valid
	Kualitas yang dipersipkan	0.737	0,306	Valid
		0.877		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2023)



Berdasarkan Tabel 4.2 di atas yang menunjukkan hasil uji validitas variabel X (Kualitas Produk) berdasarkan korelasi umum atau r hitung item terkoreksi, terdapat nilai lebih besar dari r tabel yaitu 0.306. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa elemen pertanyaan dan semuanya memiliki variabel yang valid.

Kualitas Produk

Variabel X (Kualitas produk) memiliki empat indikator Kinerja, Kesesuaian Spesifikasi, Estetika, dan Kualitas yang dipersepsikan. Untuk setiap indikator ini, penulis membuat setiap pernyataan tersedia untuk konsumen. Berikut adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap Kinerja:

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Kinerja)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kualitas Produk							
Kinerja							
1	Pembuatan minuman kopi di Luar Garis mengikuti standar kualitas dengan baik.	43.5 %	48.9 %	4.3%	0	3.3 %	92
2	Kinerja karyawan pembuatan minuman kopi di Luar Garis Tiban sesuai dengan kualitas yang diinginkan	44.6 %	50%	3.3%	1.1%	1.1%	92

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui jawaban dari diatas tentang pernyataan kualitas produk dari Kinerja pernyataan terbanyak pertama adalah 48.9% setuju atau

berjumlah 45 dan pernyataan kedua terbanyak berjumlah 50% yang berjumlah 46 responden.

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Kesesuaian dengan spesifikasi)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kualitas Produk							
Kesesuaian dengan spesifikasi							



3	Minuman kopi di Luar garis Tiban mempunyai rasa yang	46.7 %	39.1 %	10.9%	0	3.3%	92
	konsisten						
4	Minuman kopi di Luar Garis Tiban sesuai dengan selera lidah saya	43.5 %	42.4 %	10.9%	2.2%	1.1%	92

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui jawaban dari diatas tentang pernyataan kualitas produk dari Kesesuaian dengan spesifikasi pernyataan terbanyak pertama adalah

46.7% sangat setuju atau berjumlah 40 dan pernyataan kedua terbanyak berjumlah 43.5% yang berjumlah 40 responden dengan pemilihan sangat setuju.

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Estetika)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kualitas Produk							
Estetika							
5	Kualitas penyajian Minuman kopi di Luar Garis Tiban sesuai dengan selera saya.	43.5 %	43.5 %	10.9%	1.1%	1.1 %	92
6	Nilai estetika minuman kopi Luar Garis Tiban sangat menarik.	53.3 %	37%	7.6%	1.1%	1.1%	92

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui jawaban dari diatas tentang pernyataan kualitas produk dari Estetika pernyataan pertama setuju dan sangat setuju memiliki nilai

persen yang seimbang adalah 43.5% yang berjumlah 40, dan pernyataan kedua terbanyak berjumlah 53.3% yang berjumlah 49 responden dengan pemilihan sangat



setuju.

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Kualitas yang dipersepsikan)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kualitas Produk							
Kualitas yang dipersepsikan							
7	Minuman kopi dari olahan Luar Garis Tiban memiliki ciri khas rasa kopi yang enak	44.6 %	37%	15.2%	2.2%	1.1%	92
8	Minuman kopi di Luar Garis Tiban sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan	42.4 %	39,1 %	14.1%	3.3%	1.1%	92

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui jawaban dari diatas tentang pernyataan kualitas produk dari Kualitas yang dipersepsikan pernyataan terbanyak pertama adalah 44.6% dengan pemilihan sangat setuju atau berjumlah 41 dan pernyataan kedua terbanyak berjumlah 42.4% yang berjumlah 39 responden dengan pemilihan sangat setuju.

Kepuasan Konsumen.

Variabel Y (kepuasan konsumen) memiliki empat indikator yaitu perilaku konsumen, kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk. masing-masing indikator tersebut memberikan setiap pernyataan kepada konsumen. Berikut contoh beberapa hasil dari perilaku konsumen:

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Perilaku Konsumen)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kepuasan Konsumen							
perilaku konsumen							
1	Saya sangat puas dengan minuman kopi di Luar Garis Tiban karena melebihi apa yang saya harapkan	41.3 %	43.5 %	12%	1.1%	2.2%	92

2	Saya sangat puas dan akan merekomendasikan minuman kopi Luar Garis Tiban ke teman atau kerabat	43.5 %	42.4 %	10.9%	2.2%	1.1%	92
---	--	--------	--------	-------	------	------	----

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data table diatas dijelaskan bahwa pernyataan pertama lebih banyak setuju yang berjumlah 40 orang atau 43.5%,sedangkan pernyataan kedua

didominasi pernyataan sangat setuju dengan berjumlah 40 orang atau yang dipersenkan menjadi 43.5%.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Kualitas Pelayanan)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Variabel Kepuasan Konsumen							
Kualitas Pelayanan							
3	Saya sangat puas dengan kualitas pelayanan dari karyawan di Luar Garis Tiban karena memiliki etika yang baik	47.8 %	44.6 %	4.3%	3.3%	-	92
4	Saya sangat puas dengan kriteria pelayanan dan kenyamanan di Luar garis Tiban	42.4 %	47.8 %	8.7%	-	1.1%	92

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data table diatas dijelaskan bahwa pernyataan pertama lebih banyak memilih sangat setuju yang berjumlah 44 orang atau 47.8%,sedangkan pernyataan kedua didominasi pernyataan yang dipilih setuju dengan berjumlah 44 orang atau yang dipersenkan menjadi 47.8%.persenan yang sama tetapi beda pemilihan.

Teknik Analisis Data.

Dari contoh diagram Kolmogorov-Smirnov di atas, kita mendapatkan Asymp.Sig. (2-tailed) 0,000 jika nilai signifikansi variabel ini <; 0,05

maka data dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal. Karena uji normalitas tidak berdistribusi normal, dilakukan uji nonparametrik. Berikut adalah tabel pengujian non parametrik. Statistik nonparametrik banyak digunakan dalam penelitian sosial. Informasi yang diperoleh dalam penelitian sosial biasanya berupa kategori atau ranking. Uji statistik nonparametrik adalah uji statistik yang tidak memerlukan asumsi tentang sebaran data kependudukan. Uji statistik ini juga dikenal sebagai statistik nonparametrik.

Analisi Regresi Linear Sederhana



Analisis Regresi Linear Sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar

Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		t
1	(Constant)	1.355	1.783		.760	.449
	KUALITAS PRODUK	.953	.051	.892	18.750	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2012:98) Uji t-statistik digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara parsial menjelaskan variabel dependen secara individual (Yulinda, 2022). Uji ini menguji hipotesis satu sampai empat apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen dengan cara membandingkan t-score hitung dengan nilai t-tabel pada tingkat kepercayaan 95%, atau $\alpha=0,05$. akan Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Artinya variabel berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Minuman Kopi (X) yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Artinya Variabel Kualitas Minuman Kopi (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

PEMBAHASAN

Banyaknya jumlah *coffee shop* di Kota Batam membuat para pengusaha berpikir lebih kreatif untuk menciptakan kualitas produk yang tetap terjaga terutama

headline kualitas kopi itu sendiri agar tamu merasa nyaman, dan juga mempengaruhi kualitas kopi mereka sehingga dapat menikmati suasana *coffee shop* dan bersantai sambil menghabiskan waktu waktu luang agar calon tamu bisa sering datang ke *coffee shop* bahkan membawa keluarga, teman, dan pasangannya jika menurut mereka kualitas yang ditawarkan menarik untuk dikunjungi lagi. *Coffee shop* yang diteliti penulis adalah Luar Garis Tiban yang berlokasi di Jl. Gajah Mada Ruko Tiban Mas No.23-23A, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29424. Dan diketahui juga sudah ada 2 cabang yaitu cabang pertama di Batam Centre dan cabang kedua di Tiban. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner dan memperoleh responden sebanyak 92 orang, diketahui jumlah responden terbanyak yaitu pria dengan jumlah 56 orang atau dipersenkan menjadi 60.9%. Usia responden didominasi berumur 22-26 tahun yang sebanyak 46 orang atau 50%. Dan Responden Pekerjaan didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa yang berjumlah 60 orang atau 65.2%.

Untuk melakukan tahap analisis data dilakukan pengujian instrument, dan dibagi 2 yaitu uji validitas dan realibilitas, adapun yang diambil dari jumlah responden berjumlah 30 responden. variabel X (Kualitas Produk) berdasarkan korelasi



umum atau rhitung item terkoreksi, terdapat nilai lebih besar dari rtabel yaitu 0.306. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa elemen pertanyaan dan semuanya memiliki variabel yang valid. Hasil uji validitas variabel Y (Kepuasan Konsumen) berdasarkan korelasi total item yang disesuaikan atau rhitung, terdapat nilai lebih besar dari rtabel yaitu 0.306. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semua variabel dari Kepuasan Konsumen adalah valid. Hasil uji realibilitas realibilitas alpha untuk kualitas produk diketahui sebesar 0,896 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,934. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nilai r alpha adalah positif dan lebih besar dari r tabel sehingga kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel.

Selanjutnya dilakukan Teknik analisis data uji normalitas karena tidak berdistribusi normal, dilakukan uji nonparametrik. Statistik nonparametrik banyak digunakan dalam penelitian sosial. Informasi yang diperoleh dalam penelitian sosial biasanya berupa kategori atau ranking. Uji statistik nonparametrik adalah uji statistik yang tidak memerlukan asumsi tentang sebaran data kependudukan. Uji statistik ini juga dikenal sebagai statistik nonparametrik. maka kesimpulannya terdapat perbedaan rata-rata kepuasan pelanggan sebelum adanya Kualitas Minuman Kopi dengan kepuasan pelanggan setelah adanya Kualitas Minuman Kopi dengan memakai metode Mann Whitney. Selanjutnya dilakukan uji regresi linear sederhana Analisis Regresi Linear Sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Jika tidak ada Kualitas Produk (X) maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar 1,355. Koefisien regresi X sebesar 0,953 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Minuman Kopi, maka nilai variabel Y bertambah sebesar 0,953.

Menurut Ghozali (2012:98) Uji t-statistik digunakan untuk menguji seberapa

besar pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara parsial menjelaskan variabel dependen secara individual (Yulinda, 2022). Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut. Jika thitung \geq ttabel maka H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya variabel berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Minuman Kopi (X) yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan jika thitung \leq ttabel maka H_0 diterima, H_a ditolak. Artinya Variabel Kualitas Minuman Kopi (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Dan diketahui nilai thitung sebesar $18.750 >$ ttabel 1.291, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen(Y).

Selanjutnya dilakukan uji koefisien determinan Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi SPSS 26 pada Tabel 4.17, nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,794 yang berarti bahwa Kualitas Minuman Kopi mempengaruhi Kepuasan konsumen 79.4%. Lalu untuk beberapa sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam penjelasan ini diketahui juga bahwa sebuah kualitas produk terutama dari *headline coffee shop* itu sendiri yaitu kopi sangat penting demi membuat perasaan puas terhadap konsumen, dan melalui kualitas produk minuman kopi di Luar Garis Tiban akan juga membuat hal hal lain selain kepuasan batin yang terpenuhi juga membuat mereka individu akan datang lagi ke tempat tersebut demi kualitas yang baik yang didapatkan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen di Luar Garis Tiban Kota Batam. Bahwa dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh dari kualitas minuman



kopi terhadap kepuasan konsumen di Luar Garis Tiban. Hal ini diketahui dari uji hipotesis diketahui nilai thitung sebesar $18.750 > t_{tabel} 1.291$ yang dimana merupakan pengaruh positif. Sehingga dapat dibuktikan bahwa Kualitas Produk Minuman Kopi berpengaruh pada Kepuasan Konsumen di Luar Garis Tiban Kota Batam.

Pada peneitian ini dibuat, maka penulis memberikan beberapa saran yang dimana saran ini menjadikan sumber informasi untuk kedepannya. Berikut beberapa saran dari penulis:

1. Bagi Luar Garis Tiban

Sebaiknya pihak Luar Garis Tiban meningkatkan kualitas pilihan menu yang baru dan unik dan beberapa disertai gambar yang membuat estetika pandangan yang baik, dan beberapa peningkatan kriteria pelayanan yang baik juga agar pandangan selera masyarakat meningkat dan mempengaruhi kepuasan konsumen yang lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti

Bagi calon peneliti yang meneliti pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan, disarankan untuk menambahkan variabel dan metode lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain variabel kualitas produk, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden dan karyawan Luar Garis, sehingga data yang diperoleh dapat bervariasi dari satu kuesioner yang jawabannya sudah tersedia, dan memperkaya informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Adjie, B. P. (2018). *PERENCANAAN PROGRAM SENI BUDAYA SEBAGAI AKTIVITAS WISATA DI DESA JELEKONG, KABUPATEN BANDUNG*. Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu. 12.
repository.upi.edu

Flavor

Albesta, M. (2018). Pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Caffe Warunk UPNormal Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.

Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98.

<https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305>

Dewi, K. H. I. (2018). *Pengaruh Lingkungan Fisik, Interaksi Pelanggan-Pelayan, Kecocokan Tema-Makanan terhadap Emosi dan Kepuasan Pelanggan di House of Raminten Kotabaru Yogyakarta*. 10–35.

Endriati, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo Di Alaya Samarinda. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., X, 313–321.

Fitriani, A. (2017). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqla' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100.

<https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqla/article/view/224>

Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). *Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia*.

Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain, 13(2), 153–172.

<https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>

Hayani, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2),



- 85–94.
<https://doi.org/10.47768/gema.v13i2.234>
- Henri. (2018). Kinerja, Motivasi, Kebutuhan, Lingkungan. *Angewandte Chemie*, 17–32.
- Herlyana, E. (2019). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *ThaqĀfiyyĀT*, 13(1), 188–204.
- Heryana, A. (2019). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan*, June, 1.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Ii, B. A. B., Teori, A. D., & Pengaruh, P. (2018). Babadu, J.S dan Zain, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), h. 131. 1. *Damian*.
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kosanke, R. M. (2019). *penataan fasilitas produksi, lean manufacture, dan 5s*. 9– 37.
- Kotler. (2019). *Pengertian Kepuasan*. 11–29.
- Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–138.
- Muzhiroh. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat). *Jurnal Ecodemica*, 25–30, 35.
<http://repository.stei.ac.id/1537/>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- Nuraeni, I. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Primadita, R. (2018). PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING. *JURNAL NOMINAL*, VII(1).
- Rexadi, V. G. (2019). Pengaruh Komunikasi Persuasif Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembeli skincare Safi (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang). *Hilos Tensados*, 1, 1–476.
- Rezky, J., & Porajouw. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Kopi Dan Pelayanan Di Rumah Kopi Billy Cabang Megamas Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 12(3A), 11.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.12.3a.2016.14233>
- Risky kawasati. (2018). teknik pengumpulan data. *Jurnal Teknik Pengumpulan Data*, 21(58), 99–104.
<https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom> 1989
<https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

