

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Janji Jiwa Siswa Kampung Baru Di Kota Sorong

Olyvia Magdalena Pandelawang

Universitas Victory Sorong

Korespondensi Penulis: olyviapandelawang648@gmail.com

Farsis A Laisoka

Universitas Victory Sorong

Dovita Y.M Talaen

Universitas Victory Sorong

Jl. Basuki Rahmat, Km. 11, 5, Klasaman, Klawuyuk, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Bar. 98416

Abstract. *The problem being studied is whether there is an effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Janji Jiwa Siswa Kampung Baru Café in Sorong City. This study aims to analyze and prove the influence between the independent and dependent variables in this study. In this research is causal research, researchers used 72 samples from customers of Café Janji Jiwa. How to collect data using a questionnaire and the answers using a four-gradation Likert scale. How to take the sample using Purposive Random Sampling. The analysis tool used is Multiple Linear Regression from each short answer that is expanded in the sub-chapters below in full. In this study using a quantitative approach. Data collection method used is the distribution of questionnaires. Test Instruments in this study used validity and reliability tests equipped with classic assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and autocorrelation tests, while data analysis was performed using multiple linear regression analysis. The research results show that product quality has the most dominant influence with a beta value of and with a sig value of 0.000 while service quality has the smallest influence on customer satisfaction, namely with a beta value of and a sig value of. This shows that product quality plays an important role in determining customer satisfaction.*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Permasalahan yang dikaji adalah apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Janji Jiwa Siswa Kampung Baru di Kota Sorong. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan adanya pengaruh antara variabel bebas dan terikat pada penelitian ini. Dalam penelitian ini adalah penelitian kausal, peneliti menggunakan 72 sampel dari pelanggan Café Janji Jiwa. Cara pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan jawabannya menggunakan skala likert empat gradasi. Cara pengambilan sampelnya menggunakan Purposive Random Sampling. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dari setiap jawaban yang singkat itu perluas pada sub bab dibawahnya secara meluas. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode Pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Uji Instrumen dalam

Received Mei 22, 2023; Revised Juni 30, 2023; Accepted Juli 12, 2023

* Olyvia Magdalena Pandelawang, olyviapandelawang648@gmail.com

penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan dilengkapi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi, sedangkan untuk analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh paling dominan dengan nilai beta sebesar 0,484 dan dengan nilai sig sebesar 0,000 sedangkan Kualitas Pelayanan mempunyai Pengaruh terkecil terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu dengan nilai beta sebesar 0,175 dan nilai sig sebesar 0,044. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memegang peranan penting dalam menentukan Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Persaingan di bidang bisnis saat ini berkembang sangat pesat dan merasa ketatnya persaingan salah satunya bisnis kuliner. Persaingan yang semakin kuat ini membuat banyaknya bisnis dibidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi dengan pelayanan yang beraneka ragam. Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Salah satu bisnis kuliner yang saat ini yang banyak diminati adalah bisnis café. Café yakni salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis karena melihat gaya hidup manusia sekarang yang cenderung lebih menyukai untuk minuman di Café serta menjadi tempat kesukaan untuk berkumpul. Para pelaku usaha Café dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk atau layanan yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul disbanding pesaingnya. Para pelaku bisnis Café harus selalu melakukan perubahan atau inovasi serta memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa senang dengan produk dan layanan yang telah mereka konsumsi sehingga terjadinya kepuasan pada konsumen.

Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah Café adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, merupakan suatu pengertian gabungan dari kinerja produk, estetika produk, daya tahan, dan keandalan.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang di masa yang akan

datang. Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah Café adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles).

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh konsumen maka akan puas.

Konsumen tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen.

Identifikasi

1. Pelayanan karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan.
2. Kurangnya varian rasa minuman.
3. Penyajian minuman yang lama.

Topik/Judul

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap KepuasanPelanggan pada Café Janji Jiwa Siswa Kampung Baru di Kota Sorong.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas kepuasan pelanggan pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong.

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasaran dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran:

Menurut Dr. Sudaryono (2016: 38): pada hakikatnya pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Manajemen Pemasaran

Definisi Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Menurut Ir. Agustina Shinta (2001: 01), Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien.

Bauran Pemasaran

Definisi Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya dipasar sasaran (Kotler & Amstrong 2012 : 75)

Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012 : 25), terdapat penekanan signifikan terhadap produk yang ditawarkan bauran pemasaran untuk barang misalnya menekankan pentingnya pengaruh 4P (Product, Price, Place, Promotion).

Kualitas Produk (X1)

Definisi Kualitas Produk

Menurut Philip Kotler dalam Danang Sunyoto (2012:8) produk adalah segala sesuatuyang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa bentuk fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan (ide).

➤ **Indikator Kualitas Produk (X1)**

Menurut, Tjiptono dalam Zulian Yamit (2008) adalah Kualitas produk terdiri dari indikator sebagai berikut:

- Kinerja produk (performance) adalah manfaat dari sebuah produk yang kita beli memiliki fungsi utama sebagai karakteristik operasi dasar yang berhubungan dengan sebuah produk.
- Estetika produk (Aesthetics) adalah berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya: bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.
- Daya tahan (Durability) adalah memiliki arti suatu produk dapat diartikan mempunyai ketahanan yang cukup lama maka semakin lama pula pergantian terhadap produk lainnya. Frekuensi pemakaian yang semakin besar pada konsumen terhadap suatu produk maka daya tahan suatu produk semakin besar pula.
- Keandalan (Reliability) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

Kualitas Pelayanan (X2)

Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Sedangkan Menurut Fandy Tjiptono (2004) kualitas pelayanan adalah merupakan upaya memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

➤ **Indikator Kualitas Pelayanan (X2)**

Menurut Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Berry, dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011) adalah Kualitas Pelayanan terdiri dari indikator sebagai berikut:

- Keandalan (Reliability) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- Daya tanggap (Responsiveness) yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
- Empati (Empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- Bukti fisik (Tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Sudaryono (2014) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.

➤ **Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)**

Menurut Handi Irawan (2008) adalah Kepuasan Pelanggan terdiri dari indikator sebagai berikut:

- Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
- Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
- Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Informasi yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini termasuk Penelitian kausal. Yang menjadi populasinya adalah semua pelanggan Kopi Janji Jiwa di Jl. Arfak No.31, Kampung Baru, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Barat. 98413

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kopi Janji Jiwa di Jl. Arfak No.31, Kampung Baru, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Barat. 98413

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Mei 2023 sampai selesai.

Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Data kuantitatif yaitu nilai yang dijelaskan dalam angka-angka (Numeric) dengan metode statistika. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Café Janji Jiwa Jl. Arfak No.31 Kampung Baru, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Barat. 98413

Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian ini. Data Primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari jawaban responden atas item-item pernyataan dalam kuesioner yang didapat dari responden yaitu Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Janji Jiwa di Jl.Arfak No.31 Kampung Baru, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Barat. 98413

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

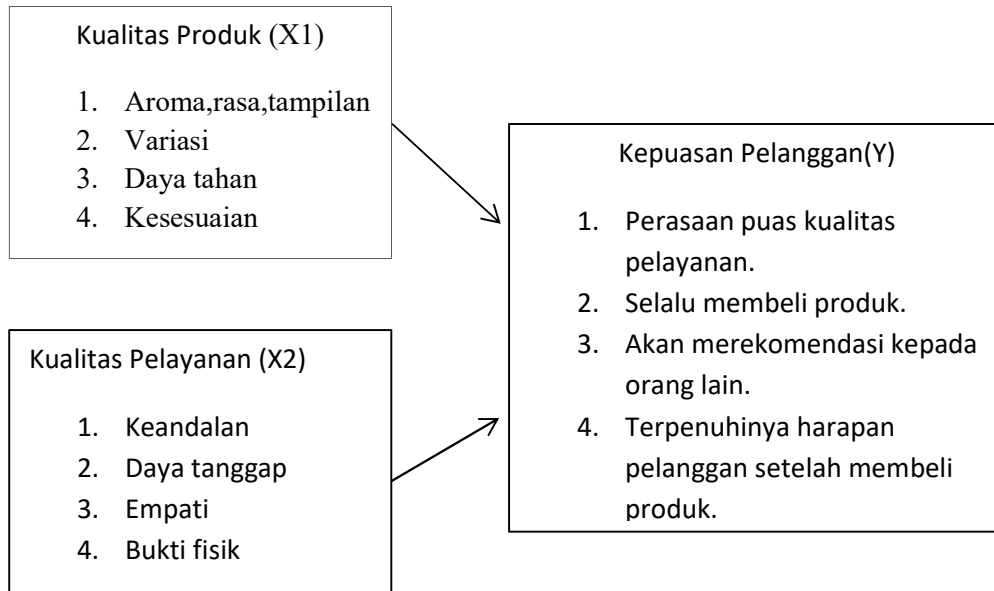
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Café Janji Jiwa di Jl. Arfak No.31 Kampung Baru, Distrik Sorong, Kota Sorong, Papua Barat. 98413 yang secara keseluruhan sejumlah 259 pelanggan perminggu.

Sampel Penelitian

Cara pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan insidental random sampling, yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel (Sugiyono, 2010). Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang dibagikan beberapa pertanyaan-pertanyaan terbuka yang diberikan secara langsung kepada responden.



Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Berdasarkan teori dan rumusan masalah yang telah disampaikan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: kualitas produk berpengaruh pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong.

H2: kualitas pelayanan berpengaruh pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong.

H3: kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh pada café janji jiwa siswa kampung baru di kota sorong

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Identitas Responden

Deskripsi responden ini merupakan suatu proses mendeskripsikan para responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan dan lama bekerja. Pada penelitian didapat sebanyak 72 responden dimana hasil ini diketahui dari jumlah hasil penyebaran kuesioner.

Penyebaran Kuesioner

Tabel .1

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	72
Kuesioner yang kembali	72
Kuesioner yang rusak/tidak lengkap	0
Jumlah Responden	72

Pada perhitungan sampel telah ditetapkan sebanyak 72 sampel penelitian untuk itu dalam penelitian ini dilakukan penyebaran sebanyak 72 kuesioner. Dari hasil penyebaran kuesioner yang didapat menunjukkan bahwa terdapat kuesioner yang kembali sebanyak 72 kuesioner, kuesioner rusak dan tidak lengkap 0, dan kuesioner yang diolah adalah 72 responden.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan gambaran identitas responden dilihat dari jenis kelamin, pendidikan, usia responden, dan lama bekerja yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil rekapan kuesioner dapat dilihat bahwa sebanyak 43 responden atau 60,0 persen adalah Perempuan, dan sebanyak 29 responden atau 40,0 persen adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan berdasarkan penelitian.

Berikut tabel jenis kelamin responden:

Tabel .2

Berdasarkan Jenis Kelamin Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1.	Laki-Laki	29	40,0%
2.	Perempuan	43	60,0%
Jumlah		72	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil rekapan yang dapat diketahui bahwa responden yang usia 17-20 thn sebanyak 37 orang atau 51,0%, responden yang usia 20-25 thn sebanyak 18 orang atau 25,0%, responden yang usia 25-30 thn sebanyak 14 orang atau 19,0%, responden yang usia 30-40 thn sebanyak 2 orang atau 3,0%, dan sisanya responden yang usia > 40 thn sebanyak 1 orang atau 2,0%. Berdasarkan hasil penelitian, gambaran mengenai umur responden dapat dilihat di bawah ini.

Tabel .3

Berdasarkan Usia Karakteristik Responden

NO	Usia	Frekuensi	Persen
1	17-20 thn	37	51,0%
2	20-25 thn	18	25,0%
3	25-30 thn	14	19,0%
4	30-40 thn	2	3,0%
5	> 40 thn	1	2,0%
	Jumlah	72	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan terakhir SMA/SEDERAJAT sebanyak 38 orang atau 53,0%, responden berpendidikan S1 sebanyak 24 orang atau 33,0%, responden yang berpendidikan S2 sebanyak 8 orang atau 11,0%, dan responden berpendidikan Lainnya sebanyak 2 orang atau 3,0

Tabel .4

Berdasarkan pendidikan Karakteristik Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persen
1.	SMA/Sederajat	38	53,0%
2.	S1	24	33,0%
3.	S2	8	11,0%
4.	Lainnya	2	3,0%
	Jumlah	72	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan lama berlangganan

Berdasarkan rekapan tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah sampel laki-laki dan perempuan yang bekerja selama < 1 thn berjumlah 37 orang dengan persentasi 53,0%, bekerja selama 1-5 thn berjumlah 20 orang dengan persentasi 33,0%, bekerja selama 5-10 thn berjumlah

15 orang dengan persentasi 11,0%, dan yang berkerja selama > 10 thn berjumlah 0% dengan persentasi 0%.

Tabel .5

Berdasarkan lama berlangganan Karakteristik Responden

No	Lama Berlanggan	Frekuensi	Persen
1.	< 1thn	37	53,0%
2.	1-5 thn	20	33,0%
3.	5-10 thn	15	11,0%
4.	> 10 thn	0	0
Jumlah		72	100%

Analisis Data

Uji Validitas Dan Reabilitas

Tabel .6

Uji Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	r. hitung	r. tabel	Keterangan
item1	0,863	0,231	Valid
item2	0,854	0,231	Valid
item3	0,870	0,231	Valid
item4	0,888	0,231	Valid

Dari table di atas dijelaskan bahwa r hitung > r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item di sebut *Valid*.

Tabel .7

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	4

Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai cronbach`s alpha > dari 0,60 artinya bahwa item tersebut di nyatakan *Realibel*.

Tabel .8 Uji Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r. hitung	r. tabel	Keterangan
item1	0,841	0,231	Valid
item2	0,848	0,231	Valid
item3	0,865	0,231	Valid
item4	0,862	0,231	Valid

Dari table di atas dijelaskan bahwa r hitung > r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item di sebut *Valid*.

Tabel .9

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	4

Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai cronbach`s alpha > dari 0,60 artinya bahwa item tersebut di nyatakan *Realibel*

Tabel .10 Uji Variabel Kepuasan Pelanggan

Item Pernyataan	r. hitung	r. tabel	Keterangan
item1	0,839	0,231	Valid
item2	0,766	0,231	Valid
item3	0,849	0,231	Valid
item4	0,717	0,231	Valid

Dari table di atas dijelaskan bahwa r hitung > r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item di sebut *Valid*

Tabel .11

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	4

Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai cronbach`s alpha > dari 0,60artinya bahwa item tersebut di nyatakan **Realibel**.

Uji Asumsi Klasik

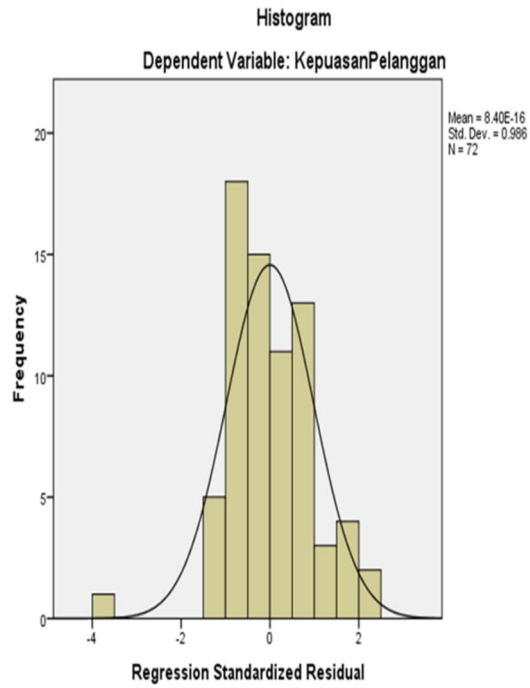
1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi berganda, pengujian ini harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

2. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:154). Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut.

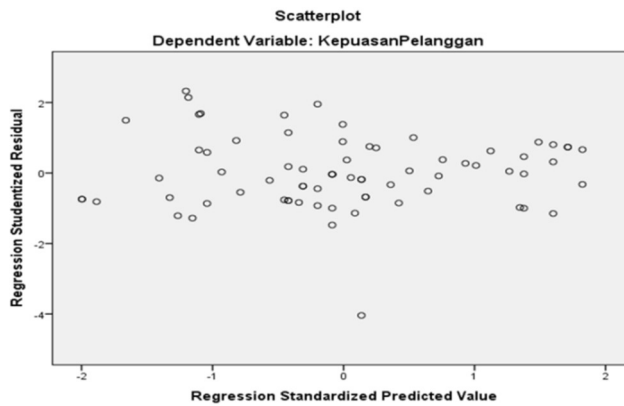
Gambar .1



3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut.

Gambar .2



Berdasarkan hasil uji diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (Strategi pemasaran) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel .12

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.776	1.997	
	KualitasProduk	.493	.105	.484
	KualitasPelayanan	.151	.089	.175

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$= 5.776 + 0,493x_2 + 0,151x_2 + e$$

➤ Uji T

$$t \text{ hitung} = X_1 = 4,698$$

$$X_2 = 1,696$$

➤ Uji F

$$f \text{ hitung} = 14,639$$

➤ Koefisien determinasi = 0,298

$$\text{Koefisien} = 0,546$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Janji Jiwa Siswa Kampung Baru di Kota Sorong” pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil Uji F diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis yang diajukan oleh peneliti terbukti kebenarannya.
2. Dari hasil Uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.
3. Dari hasil Uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.

Saran

Sejalan dengan hasil penelitian serta kesimpulan yang diutarakan, maka peneliti mengajukan beberapa sarana sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Disarankan bagi Café Janji Jiwa hendaknya untuk terus memperhatikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan agar nantinya berdampak pada peningkatan Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan seperti variabel promosi dll. Karena masih banyak factor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan perbandingan dengan perusahaan lain yang sejenis baik di kota yang sama maupun kota yang berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertai/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2013. **Manajemen Pemasaran & pemasaran jasa**. Bandung : penerbit Alfabeta.
- Abdullah, Thamrin Abdullah & Tantri, Francis. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Penerbit PT. Rajagrafindo persada.
- Philip Kotler dalam Danang Sunyoto. 2012 “ **Pengaruh kualitas produk**”.
- Tjiptono dan Zulian Yamit. 2008 “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk**”.
- Pasuraman dalam Rambat Lupiyoadi. 2001 “**Pengaruh Kualitas Pelayanan**”.
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Berry, dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011 “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan**”.
- Kotler dan Keller dalam Sudaryono. 2014 “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan**”.
- Handi Irawan. 2008 “**Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan**”.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi**. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi**. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Sugiyono. 2010 “**Sampel Penelitian**”.
- Ghozali. 2016 “**uji Normalitas**”.