

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Trivium Cafe Jl Pattimura gang III Jombang

Milki Ziyani

e-mail: milkyjoe724@gmail.com

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI JOMBANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena adanya sebuah persaingan dalam dunia bisnis di era globalisasi saat ini yang semakin berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 16.0 *windows*.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh t_{hitung} pada variabel kualitas produk (X_1) = 2,577 dengan signifikan 0,16, sedangkan t_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,0422. Sedangkan setelah dibandingkan nilai t_{hitung} (2,577) > t_{tabel} (2,0422). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Trivium Cafe Jl Pattimura Gang III Jombang. Sedangkan nilai t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan = 2,618 dengan signifikan 0,13. Sedangkan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,0422. Sedangkan setelah dibandingkan nilai t_{hitung} (2,618) > t_{tabel} (2,0422). Dengan demikian, Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Trivium Cafe Jl Pattimura Gang III Jombang. Penelitian ini menyimpulkan pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Saran dari penelitian ini yaitu bagi Trivium Cafe Jl Pattimura Gang III Jombang agar lebih memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan diberikan untuk kepuasan konsumen dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Gaya hidup di zaman sekarang ini baik anak muda sampai dewasa mayoritas menghabiskan waktu santai, reuni dan sekedar kuliner di cafe. Begitu juga dengan mahasiswa yang kebanyakan mengerjakan tugas di cafe dengan memesan makanan, minuman dan dessert yang telah di sediakan dan sudah mendapatkan fasilitas wifi gratis sepuasnya. Ketersediaan tempat yang nyaman, spot foto yang menarik, produk yang bersaing. Sehingga masyarakat kebanyakan memilih di cafe untuk menghabiskan waktunya ataupun hanya sekedar ngobrol.

Trivium Cafe adalah usaha cafe yang terletak di jalan Pattimura gang III Jombang, merupakan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Barang yang di tawarkan adalah makanan, minuman dan snack. Ada juga paket hemat yang di tawarkan sehingga lebih hemat dengan harga yang sudah di tentukan sudah mendapatkan makanan dan minuman.

Tjiptono (2000) memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa. Kualitas produk di Trivium Cafe adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.

Kualitas pelayanan sebagai usaha di dalam Trivium Cafe untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Menurut Kotler (dalam Yuana 2016) kepuasan konsumen perlu di perhatikan, karena pelanggan suatu perusahaan sangat menentukan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Trivium Cafe Jl.Pattimura Gg III Jombang".

METODE

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara yang dilakukan dengan pemilik perusahaan yang mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, serta penjualan produk tersebut dan angket yang berisi pernyataan untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Trivium Cafe Gang

III Jombang. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang mendatangi Trivium Cafe Gang III Jombang dan sampel yang di ambil yaitu konsumen yang secara kebetulan datang pada perusahaan Trivium Cafe Gang III Jombang sebanyak 30 orang. Instrumen penelitian atau pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan pedoman angket yang berdasarkan pada skala likert. Sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan uji validitas dari masing-masing item pernyataan yang apabila dikatakan valid jika (ρ value) < 0,05 Pada uji validitas dari 23 pernyataan. “Mencari Informasi Produk Baru” karena nilai Sig > 0,05 dan uji reliabilitas suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Pada uji reliabilitas dengan nilai Cronbach Alpha > 60 semua variabel dinyatakan reliabel dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, Uji normalitas, uji Autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Dan analisis regresi linier berganda nilai variabel dependen di simbolkan Y, dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen di simbolkan (X1, X2, ..., Xn) atau dapat dirumuskan $\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$ semua analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 16.0 windows.

HASIL

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) serta satu variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Pada bagian ini akan dijelaskan hasil dari data penelitian masing-masing variabel yang telah dilakukan pada 30 responden.

Indikator	Item	Ss	s	ks	Ts	Sts	Skor	mean
kinerja	1	0	0	3	15	12	129	4.3
	2	0	0	3	17	10	127	4.233
keistimewaan	3	0	0	3	17	10	127	4.233
	4	0	0	6	19	5	119	3.967
keandalan	5	0	0	6	14	10	124	4.133
	6	0	1	3	18	8	124	4.133
daya tarik	7	0	0	3	20	7	124	4.133
	8	0	0	1	23	6	125	4.167

Berdasarkan tabel 4.1 bahwa jawaban responden tentang kualitas produk Cafe Trivium di dominasi jawaban sangat setuju dan setuju meskipun ada responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju. Dari tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa jawaban responden pada setiap pernyataan positif dari masing-masing indikator kualitas produk, banyak dari pernyataan memiliki rata-rata mean 4 meskipun ada satu pernyataan yang memiliki nilai 3,96.

Indikator kinerja mendapatkan skor rata-rata 4,3 dan 4,23; indikator keistimewaan mendapatkan skor rata-rata 4,23 dan 3,96; indikator keandalan dengan mendapatkan skor rata-rata 4,13 dan 4,13; dan indikator daya tarik mendapatkan skor rata-rata 4,13 dan 4,16. Yang berarti kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium lebih unggul dari pesaing yang menunjang perasaan puas pada konsumen. Peneliti menyimpulkan yang tinggi mencapai skor 129 dengan mean 4,3 yakni indikator kinerja dalam produk. Produk yang ditawarkan apakah sesuai dengan cita rasa yang di harapkan oleh konsumen

Indikator	Item	STS	TS	R	SS	S	Skor	Mean
Bukti Langsung	9	0	0	7	13	10	123	4.1
	10	0	0	7	14	9	122	4.066667
Keandalan	11	0	0	7	15	8	121	4.033333
	12	0	0	8	14	8	120	4
Daya Tahan	13	0	0	4	20	6	122	4.066667
	14	0	0	5	19	6	121	4.033333
Jaminan	15	0	0	5	19	6	122	4.066667
	16	0	0	5	18	7	122	4.066667
Perhatian	17	0	0	6	14	10	124	4.133333
	18	0	0	2	20	8	126	4.2

Berdasarkan tabel bahwa jawaban responden tentang kualitas produk Cafe Trivium di dominasi jawaban sangat setuju dan setuju meskipun ada responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju. Dari tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa jawaban responden pada setiap pernyataan positif dari masing-masing indikator kualitas produk, banyak dari pernyataan memiliki rata-rata mean 4. Indikator bukti langsung mendapatkan skor rata-rata 4,1 dan 4,06; indikator keandalan mendapatkan skor rata-rata 4,03 dan 4; indikator daya tahan dengan mendapatkan skor rata-rata 4,06 dan 4,03; indikator jaminan mendapatkan skor rata-rata 4,06 dan 4,06 dan indikator perhatian mendapatkan skor 4,13 dan 4,2. Yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium lebih unggul dari pesaing yang menunjang perasaan puas pada konsumen.

Peneliti menyimpulkan nilai tinggi dengan skor 126 dan mean 4.2 adalah indikator perhatian. Konsumen berpendapat dari hasil penelitian bahwa perhatian sangat berpengaruh bagi Trivium Cafe. Perhatian dalam arti bahwa perusahaan memahami masalah pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada konsumen.

Indikator	Item	STS	TS	R	SS	S	Skor	Mean
------------------	-------------	------------	-----------	----------	-----------	----------	-------------	-------------

Kesesuaian Harapan	19	0	0	2	17	11	128	4.266667
Ketersediaan	20	0	0	7	14	9	122	4.066667
Minat Berkunjung Kembali	21	0	0	1	11	8	177	5.9
	22	0	0	8	10	12	124	4.133333
	23	0	0	4	18	8	124	4.133333

Sumber : data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa jawaban responden mengenai kepuasan konsumen Cafe Trivium bermacam-macam, yaitu sangat setuju, setuju dan rata-rata. Namun dari semua pernyataan yang telah disebar kepada responden tidak ada responden yang mengutarakan pernyataan sangat tidak setuju dan tidak setuju yang berarti responden tidak memiliki banyak pertimbangan untuk mengungkapkan perasaan puasnya di Cafe Trivium. Dari tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa jawaban responden pada setiap pernyataan positif dari masing-masing indikator kepuasan konsumen, semua pernyataan memiliki rata-rata 4, indikator kesesuaian harapan mendapatkan 4,26 dan 4,06; indikator ketersediaan mendapatkan skor 5,9 dan indikator minat berkunjung kembali 4,13 dan 4,13.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen pada Cafe Trivium sudah mencapai pada indikator yang sudah mencapai rata-rata sebesar 5,9.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji ini dilakukan dalam 4 tahap pengujian, yaitu uji Multikolinieritas, uji Normalitas, Uji Autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Dimana 4 pengujian ini digunakan untuk dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu analisis regresi linier berganda.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.520 ^a	.270	.216	2.58618	1.962

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel model *summary* diperoleh informasi bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang, dengan koefisien 0,216 . dengan koefisien dereminasi ganda (*R Square*) sebesar 0,270 atau 27%. Dari angka tersebut kepuasan konsumen dapat mempengaruhi hasil dengan menggunakan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 73% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti harga,

kenyamanan tempat, kinerja karyawan dan lain sebagainya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang.

Tabel 4.4 Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Min imum	Maxi mum	Mea n	Std. Deviation
KUALITAS PRODUK	30	24.00	40.00	33.3000	3.77971
KUALITAS PELAYANAN	30	30.00	49.00	40.7667	4.87558
KEPUASAN KONSUMEN	30	15.00	25.00	20.5000	2.92138
Valid N (listwise)	30				

Hasil analisis deskriptif diketahui rata-rata kepuasan konsumen pada skor 20,5; kualitas produk skor 33,3 dan rata-rata kualitas pelayanan berada pada skor 40,7

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium di Jl Pattimura Gang III Jombang. Berikut merupakan *output* hasil yang diperoleh melalui SPSS.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.149	4.663		.533	.137
KUALITAS PRODUK	.403	.157	.522	.577	.016

KUALITAS PELAYANAN	.530	.203	.770	.618	.013
-----------------------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Kesimpulan :

1. di peroleh pada variabel kualitas produk $t_{hitung} (2,577) < t_{tabel} (2,042)$. Maka $t_{hitung} (2,618)$ lebih besar dari $t_{tabel} (2,042)$, berarti ada pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Variabel kualitas pelayanan $t_{hitung} (2,016) < t_{tabel} (2,042)$. Maka $t_{hitung} (2,016)$ lebih besar dari $t_{tabel} (2,042)$, berarti ada pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan informasi hasil uji t didapatkan bahwa yang lebih besar mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, sedangkan kualitas produk tidak begitu berpengaruh bagi kepuasan konsumen. Hal ini memungkinkan pada saat ini konsumen lebih memilih kualitas pelayanan dari pada kualitas produk. Meskipun kualitas produk yang ditawarkan tinggi dengan pelayanan yang rendah, konsumen tidak akan mendapatkan kepuasan. Akan tetapi jika kualitas produknya tinggi kualitas pelayanan yang diberikan juga baik maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, karena pada saat ini konsumen lebih memilih kualitas pelayanan yang baik bukan produknya.

Hasil *Coefficient* dapat disimpulkan bahwa dari persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang adalah : $Y = 7,149 + 0,403X_1 + 0,530X_2$. Dengan *standart error* masing-masing 0,157 dan 0,203. Dengan memperhatikan koefisien eror yang sangat kecil, menunjukkan bahwa persamaan regresi linier yang diperoleh cukup meyakinkan untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang.

Uji F

ANOVA^p

Model		Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.915		33.458	5.002	.014 ^a

	Residual	180.585	7	6.688		
	Total	247.500	9			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS

PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan tabel 4,6 ANOVA menghasilkan angka F sebesar 5,002 dengan tingkat signifikan sebesar 0,014 dimana $0,014 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Trivium Cafe.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. dengan tingkat signifikan sebesar 0,014 dimana $0,014 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang.

Sedangkan hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh informasi bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang, dengan koefisien 0,216 . dengan koefisien determinasi ganda (*R Square*) sebesar 0,270 atau 27%. Dari angka tersebut kepuasan konsumen dapat mempengaruhi hasil dengan menggunakan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 73% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi kenyamanan tempat, kinerja karyawan dan lain sebagainya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 27% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup tinggi. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kepuasan konsumen pada Trivium Cafe.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk, secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di Trivium Cafe sesuai dengan cita rasa konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menu yang di tawarkan cukup bervariasi seperti makanan yang pedas dan minuman. Kualitas produk digunakan sebagai indikator harga, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian tentang pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumendiperoleh keterangan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,577. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen. Produk yang menarik dan bervariasi tanpa di imbingai harga yang seimbang maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Pihak produsen harus pandai dalam menciptakan produk yang berinovasi dan ada produk unggulan yang di tawarkan kepada konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan terhadap secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Trivium Cafe. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Trivium Cafe memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke Cafe tersebut. Perusahaan yang mengutamakan pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,13 lebih kecil dari 0,05, dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,618. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada Trivium Cafe.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah jasa tersebut. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Pelanggan yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan. Sehingga konsumen yang menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersipkan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima rendah yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Berdasarkan hasil pada uji t_{hitung} pada kualitas produk sebesar 2,577 dan T_{hitung} pada kualitas pelayanan sebesar 2.618. Berdasarkan informasi hasil uji t didapatkan bahwa yang lebih besar mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, sedangkan kualitas produk tidak begitu berpengaruh bagi kepuasan konsumen. Hal ini memungkinkan pada saat ini konsumen lebih memilih kualitas pelayanan dari pada kualitas produk.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : (1).Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Trivium Cafe, besarnya pengaruh kualitas produk tersebut adalah sebesar 40,3%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas produk sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,403. Sebaliknya, apabila kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,403. (2).Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Trivium Cafe, besarnya pengaruh kualitas pelayanan tersebut adalah sebesar 53%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,530. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,530.

Saran

Atas dasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat dikemukakan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan pada Cafe Trivium Jl Pattimura Gang III Jombang. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep untuk menarik konsumen, sehingga banyak konsumen yang datang ke Cafe dan mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan tercipta kepuasan tersendiri bagi konsumen. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam

menambah variabel dalam mengenai tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi (2013). *Prosedur Penelitian : suatu pendidikan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta 2013
- Tjiptono, Fandy (2002) . *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Rambat, Lupiyoadi (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Edisi Pertama. Penerbit Selemba Empat, Depok.
- Ghozali, Imam (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Universitas Diponegoro
- Kasmir, (2017), *Kewirausahaan-Edisi Revisi*. Jakarta, Indonesia. PT RAJAGRAFI PERSADA.
- Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT INDEKS. edisi 12, jilid 2.(hlm. 4-9)
- Munawaroh,(2012) *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang, Jawa Timur, Indonesia. Intimedia (hlm.31-85)
- Permatasari, Yuli.(2013). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen “Pocari Sweet” (Studi Kasus di Toko Hijau Di Glagahan Perak Jombang)*.
- Sugiyono, D.R (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Indonesia:Alfabeta (hlm 92-93)
- Sugiyono, D.R (2000). *Metode Penelitian*. Bandung, CV Alfabeta
- Sugiyono, D.R(2015). *Statistika untuk penelitian*. Bandung, Alfabeta
- Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*.C.V ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Ulailah, Zumratun Nisak (2014). *Pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di umkm jaya plavond dusun janti desa dukuhsari kecamatan mojoagung kabupaten jombang*.
- Syafa'ah, Siti Nur Hidayatus. (2014) *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Syafa'at di Jln RE. Martadinata Jombang*.
- Sari Situmeang, Lina. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. <http://repository.uinsu.ac.id/3127/1/SKRIPSI.pdf> (online) (hlm. 14-30)
- Yuana, Elsi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Green Laundry Jombang* (hlm.18)