

**PENGARUH KUALITAS PRODUK “CHARCOAL LATTE” DAN
KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI COFFEE
SHOP KETTLEBEAN HOUSE, SIDOARJO, JAWA TIMUR**

Oleh :

Mohammad Ido Hendra Wijaya A.Md, TIP.¹ Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.²

Diklusari Isnarosi N, S.T.P., M.Si.³ Ika Restu Revulaningtyas, S.T.P., M.Sc.⁴

ABSTRAK

Salah satu upaya untuk memenuhi kepuasan konsumen *coffee shop* adalah dengan memberikan kualitas produk dan kualitas jasa yang terbaik. Analisis mengenai kualitas produk difokuskan pada produk *charcoal latte* di Kettlebean House Sidoarjo. Pemilihan produk tersebut dikarenakan belum adanya produk sejenis pada *coffee shop* lain yang ada di Sidoarjo sehingga bisa disebut ciri khas Kettlebean House. Selain itu, pemilihan Kettlebean House sebagai objek penelitian karena belum pernah dilakukannya analisis kualitas produk maupun kualitas jasa sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk *charcoal latte* dan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Kettlebean House, baik secara parsial maupun secara simultan. Tujuan selanjutnya adalah melakukan perbaikan menggunakan uji lanjutan pada item pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata pada kelas interval tidak puas (1,80 -2,59). Tujuan akhir penelitian adalah dilakukannya uji evaluasi yang dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan perbaikan. Teknik pengumpulan data memakai alat bantu kuesioner. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh konsumen Kettlebean House. Pengambilan sampel penelitian memakai teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk baru *charcoal latte* terhadap kepuasan konsumen Kettlebean House, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas jasa secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas jasa sebesar 68,2%; (4) diperlukan perbaikan pada *topping* produk, karena memiliki nilai kepuasan pada kategori kurang puas yaitu 2,32. Hasil perbaikan kualitas produk berhasil karena meningkat nilai kualitas produk pada butir *topping* produk dari 2,32 menjadi 3,43.

Kata kunci : *Charcoal latte*, Kepuasan Konsumen, Kettlebean House, Kualitas Jasa, Kualitas Produk

***THE EFFECT OF “CHARCOAL LATTE” PRODUCT QUALITY AND
SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN COFFEE SHOP
KETTLEBEAN HOUSE, SIDOARJO, EAST JAVA***

By :

Mohammad Ido Hendra Wijaya A.Md, TIP.¹ Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.²

Diklusari Isnarosi N, S.T.P., M.Si.³ Ika Restu Revulaningtyas, S.T.P., M.Sc.⁴

ABSTRACT

One of the efforts to meet coffee shop consumer satisfaction is to provide the best product quality and service quality. Analysis of product quality focused on charcoal latte products at Kettlebean House Sidoarjo. The choice of this product is due to the absence of similar products in other coffee shops in Sidoarjo, so it can be called the hallmark of Kettlebean House. In addition, the selection of Kettlebean House as the object of research because there has never been an analysis of product quality or service quality before.

This study aims to determine the effect of charcoal latte product quality and service quality on Kettlebean House consumer satisfaction, either partially or simultaneously. The next goal is to make improvements using a follow-up test on question items that have an average value in the dissatisfied interval class (1.80 - 2.59). The final goal of the research is to conduct an evaluation test which is carried out to measure the level of success of the improvement. The data collection technique uses a questionnaire. This study uses a population of all Kettlebean House consumers. Sampling research used accidental sampling technique with a sample of 100 people. Data analysis used descriptive analysis techniques and multiple linear regression analysis.

The results showed that: (1) there was a positive and significant effect of the quality variable of the new charcoal latte product on Kettlebean House consumer satisfaction, (2) there was a positive and significant effect of the service quality variable on consumer satisfaction, (3) there was a positive and significant effect of product quality, price, and service quality simultaneously on customer satisfaction. Consumer satisfaction is influenced by product quality, price, and service quality by 68.2%; (4) it is necessary to improve the product topping, because it has a satisfaction value in the less satisfied category, which is 2.32. The result of product quality improvement was successful because it increased the value of product quality on product topping items from 2.32 to 3.43.

Keywords : Charcoal latte, Consumer Satisfaction, Kettlebean House, Product Quality, Service Quality,