

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Cafe

Sri Reski Amrullah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

[E-mail: srireski333@gmail.com](mailto:srireski333@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (i) menguji pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Café di Samarinda, (ii) menguji pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Café di Samarinda, (iii) menguji variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Café di Samarinda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) serta variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Metode analisis menggunakan metode kuantitatif. Populasi tidak terhingga dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode “Purposive sampling. Teknik pengumpulan data penelitian kepustakaan, riset internet, dan penelitian lapangan berupa wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil penelitian ini (i) dari hasil perhitungan Uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda, (ii) dari hasil analisis Uji t (parsial) menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda, (iii) dari hasil *standardized coefficients beta* terbesar adalah variabel kualitas pelayanan (X2) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan (X2).

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Warunk Upnormal.

Pendahuluan

Kepuasan konsumen ialah salah satu tujuan dari sebuah perusahaan. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi merupakan salah satu faktor yang membuat roda perusahaan terus berputar. Kualitas produk adalah keunggulan produk dilihat dari

seberapa bisa sebuah produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan karakteristik yang dibawanya (Cooper, 2019). Kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Selain kualitas produk, kualitas layanan juga penting adanya demi berlangsungnya sebuah perusahaan (Maulina, 2021). Kualitas pelayanan adalah cara karyawan atau perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen (Halvorsrud *et. al.*, 2016). Bentuk pelayanan yang baik contohnya yaitu daya tanggap karyawan terhadap konsumen, kepekaan karyawan dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan cara berkomunikasi yang baik, dan bila pelayanan yang didapat dirasa sesuai dengan harapan sang konsumen maka kualitas pelayanan pada perusahaan dapat dikatakan baik dan memuaskan.

Warunk Upnormal cafe merupakan salah satu ikon yang sangat terkenal di kalangan milenial saat ini, khususnya anak-anak muda. Warunk Upnormal cafe selalu menyajikan produk-produk makanan yang unik. Salah satunya kreasi dari mie instan sehingga warung ini dijuluki sebagai “Pelopor mie kekinian”. Terdapat menu lain berupa susu, roti, dessert, dan kreasi nasi. Sekarang Warunk Upnormal cafe telah memiliki banyak cabang, salah satunya ada di Jl. Juanda, Samarinda dan sudah berdiri kurang lebih 5 tahun lamanya.

Warunk Upnormal cafe juga terkena dampak pandemi yang mengakibatkan cafe lebih sepi dari biasanya (Wijaya *et. al.*, 2021). Pengurangan jumlah karyawan pun dilakukan dimana yang awalnya ada 30 orang karyawan dan sekarang hanya tersisa 6 orang saja yang dipekerjakan. Tak hanya pengurangan jumlah karyawan, pengurangan jumlah menu juga dilakukan oleh Warunk Upnormal cafe dimana dulu menu yang ditawarkan jumlahnya ada sekitar 400 pilihan menu dan sekarang hanya menyisakan 100 lebih menu saja. Dari adanya masalah tersebut tentunya berpengaruh dengan tingkat kepuasan konsumen. Artinya, konsumen tidak lagi dimanjakan dengan pilihan menu yang sangat banyak dan dengan pelayan yang jumlahnya jauh lebih sedikit yang bisa saja berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen itu sendiri.

Metode

Penelitian merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang dilakukan dengan metode survei. Sahir (2021) menyatakan, metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Jenis penelitian ini menggunakan survei, dimana dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Hermawan (2019) survei adalah teknik pengumpulan data ilmu sosial yang paling banyak digunakan dalam riset pendidikan. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi, seperti tentang pendapat atau sikap, tetapi juga untuk membuat deskripsi komprehensif maupun untuk menjelaskan hubungan antar berbagai variabel yang diteliti.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Warunk Upnormal Samarinda, yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Penelitian ini mengambil sampel konsumen yang pernah melakukan pembelian di Warunk Upnormal Samarinda. Penelitian ini menggunakan data primer. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara pengambilan data langsung kepada konsumen Warunk Upnormal cafe. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan koesioner atau angket sehingga penulis dapat mudah mendapatkan data ini. Penelitian ini menggunakan juga data sekunder. Pengambilan data sekunder dilakukan dengan cara memperoleh melalui medial yang berupa buku, catatan, studi pustaka sehingga penulis dapat mudah mendapatkan data ini.

Penelitian ini mengukur tiga variabel yang terdiri dari kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Alat ukur yang digunakan untuk data primer adalah kuesioner skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan secara luas yang meminta responden untuk menelaah seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju mengenai pernyataan-pernyataan yang diberikan (Sekaran & Bougie, 2013).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* tidaknya suatu kuesioner untuk mengukur sebuah konsep. Kuesioner dikatakan *valid* apabila item pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai korelasi *product moment* (r). Item pertanyaan dinyatakan *valid* apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Pengujian validitas ini menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS 21. Sedangkan Uji reliabilitas dilakukan guna mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran data. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. Uji ini diterapkan untuk mengetahui apakah responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabanya dapat dipercaya. Untuk melihat reliabilitas instrument akan dihitung *Alpha Cronbach* masing-masing instrument.

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas (Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data); uji Multikolinearitas (Penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas adalah antar variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna); uji heterokedatisitas (Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah distudentized); uji autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi).

Pengujian hipotesis Uji F yaitu uji kelayakan model yang harus dilakukan dalam analisis regresi liner. Uji F dapat digunakan untuk melihat model regresi yang digunakan signifikan atau belum dengan ketentuan bahwa jika $p\text{-value} < (\alpha)$

= 0,05 berarti model tersebut signifikan dan bisa digunakan untuk menguji hipotesis dengan tingkat kepercayaan 95%.

Uji Hipotesis (uji t) digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen yang digunakan secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dengan dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau ditolak maka kita dapat mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian, H_0 diterima jika nilai $\text{sig } \alpha = 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Dalam rangka mempermudah dan mempercepat penelitian ini, maka digunakan sistem pengolahan data dengan menggunakan bantuan Aplikasi SPSS ver.24.

Hasil dan Pembahasan

Kuesioner yang penulis sebar dalam penelitian ini berjumlah 100 kuesioner. Di mana kuesioner ini disebar kepada konsumen Warunk Upnormal Cafe. Seluruh kuesioner yang disebar kembali dengan keadaan lengkap dan layak digunakan dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang kembali	100
<i>Respon rate</i>	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali namun tidak layak digunakan	0
Total kuesioner yang layak dianalisis	100

sumber: data diolah, 2022

Berikut ini adalah penjselasan mengenai tanggapan dari responden untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan mengetahui deskripsi jawaban dapat membantu mengetahui frekuensi jawaban yang diberikan responden.

- a. Variabel Kualitas produk (X1). Deskripsi jawaban untuk variabel pernyataan tentang kualitas produk yang terdiri dari 10 item pernyataan diuraikan sebagai berikut:
 - 1) Warunk Upnormal cafe memiliki menu yang bervariasi. Berdasarkan kuesioner yang disebar responden yang menjawab sangat setuju bahwa Warunk Upnormal cafe memiliki menu yang bervariasi sebanyak 25%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 71%, kurang setuju 3%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

- 2) Warunk Upnormal cafe memiliki topping tambahan yang bervariasi. Berdasarkan kuesioner yang disebar responden yang menjawab sangat setuju bahwa Warunk Upnormal cafe memiliki topping tambahan yang bervariasi sebanyak 21%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 71%, kurang setuju 7%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.
- 3) Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen. Berdasarkan kuesioner yang disebar responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 15%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 71%, kurang setuju 13%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.
- 4) Rasa makanan di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan tampilannya. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 12%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 62%, kurang setuju 21%, tidak setuju 5% dan sangat tidak setuju 0%.
- 5) Makanan yang disajikan di Warunk Upnormal Cafe Fresh. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 37%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 59%, kurang setuju 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.
- 6) Makanan yang disajikan di Warunk Upnormal tidak mudah basi. Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 18%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 72%, kurang setuju 8%, tidak setuju 2% dan sangat tidak setuju 0%.
- 7) Penyajian menu cepat di proses sampai ke meja konsumen. Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 8%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 58%, kurang setuju 25%, tidak setuju 7% dan sangat tidak setuju 2%.

- 8) Warunk Upnormal Cafe melakukan pelayanan dengan ramah. Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 8%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 58%, kurang setuju 25%, tidak setuju 7% dan sangat tidak setuju 2%.
 - 9) Makanan di Warunk Upnormal cafe memiliki tampilan yang menarik. Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 10%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 58%, kurang setuju 29%, tidak setuju 3% dan sangat tidak setuju 0%.
 - 10) Makanan di Warunk Upnormal cafe disajikan dengan rapi. Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 21%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 74%, kurang setuju 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 1%.
- b. Variabel Kualitas pelayanan (X2). Deskripsi jawaban untuk variabel pernyataan tentang kualitas layanan yang terdiri dari 10 item pernyataan diuraikan sebagai berikut:
- 1) Karyawan Warunk Upnormal cafe memiliki kemampuan melayani yang tetap baik. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 16%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 80%, kurang setuju 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.
 - 2) Karyawan Warunk Upnormal Cafe memberikan pelayanan yang tetap terpercaya. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 14%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 81%, kurang setuju 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.
 - 3) Karyawan Warunk Upnormal cafe memiliki kecepatan merespons konsumen dengan baik. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 14%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 74%, kurang setuju 11%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.

- 4) Karyawan Warunk Upnormal cafe tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 11%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 64%, kurang setuju 25%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.
- 5) Karyawan Warunk Upnormal cafe memiliki pengetahuan yang baik dalam melayani. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 11%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 78%, kurang setuju 10%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.
- 6) Keamanan barang konsumen di Warunk Upnormal cafe terjamin. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 11%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 78%, kurang setuju 9%, tidak setuju 2% dan sangat tidak setuju 0%.
- 7) Karyawan Warunk Upnormal cafe memiliki kepedulian yang tinggi dengan konsumen. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 8%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 85%, kurang setuju 6%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.
- 8) Karyawan Warunk Upnormal cafe melayani konsumen dengan sabar. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 16%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 78%, kurang setuju 4%, tidak setuju 2% dan sangat tidak setuju 0%.
- 9) Warunk Upnormal cafe menyediakan fasilitas wifi. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 40%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 57%, kurang setuju 2%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 1%.
- 10) Warunk Upnormal cafe menyediakan fasilitas stop kontak di setiap sudut. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 48%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 46%, kurang setuju 3%, tidak setuju 2% dan sangat tidak setuju 1%.

- c. Variabel Kepuasan Konsumen (Y). Deskripsi jawaban untuk variabel pernyataan tentang kepuasan konsumen yang terdiri dari 4 item pernyataan diuraikan sebagai berikut:
- 1) Produk/pelayanan dari Warunk Upnormal cafe sesuai dengan harapkan konsumen. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 15%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 68%, kurang setuju 16%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 0%.
 - 2) Konsumen berkunjung kembali ke Warunk Upnormal Cafe. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 18%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 69%, kurang setuju 11%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 1%.
 - 3) Konsumen melakukan pemesanan berulang terhadap menu yang sama di Warunk Upnormal cafe. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 14%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 57%, kurang setuju 27%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 1%.
 - 4) Konsumen merekomendasikan lingkungannya untuk mengunjungi Warunk Upnormal Cafe. Responden yang menjawab sangat setuju bahwa Menu di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan selera konsumen sebanyak 18%, diikuti yang menjawab setuju sebanyak 72%, kurang setuju 8%, tidak setuju 1% dan sangat tidak setuju 1%.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan guna menguji konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen. Berikut adalah penjelasan dari hasil uji validitas dan reliabilitas

- a. Uji Validitas. Hasil uji validitas kuesioner menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel dependent dan variabel independent adalah valid. Hal itu dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari r-tabel (nilai r-tabel untuk $N=100$ dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,195).
- b. Uji Reliabilitas. Setelah mengetahui bahwa hasil uji validitas dari seluruh item indikator, selanjutnya adalah menguji konsistensi internal dari seluruh jawaban responden yaitu uji reliabilitas.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Butir Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
X1	0,713	Reliabel
X2	0,830	Reliabel
Y	0,820	Reliabel

sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa semua variabel dan dimensi penelitian dinyatakan reliabel. Dengan hasil *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 atau $> 0,6$ maka seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dasar indikator ini yang akan digunakan pada analisis lebih lanjut.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,554	1,804
X2	,554	1,804

sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antarvariabel bebas. Hal ini terlihat dari nilai *Tolerance* pada kedua variabel lebih kecil dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel bebas kurang dari 10 ($VIF < 10$). Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($68,405 > 3,09$) dan nilai $Sig < \alpha$ ($0,000 < 0,05$).

Hasil penelitian ini juga didukung dengan temuan penelitian Subagja & Kusnadi (2019). Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Teori lain datang dari Peng & Moghavvemi (2015) yang mengungkapkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan.

Pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan tanggapan responden dinyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda. Dari variabel kualitas produk (X1) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,280 dan nilai t_{tabel} ialah sebesar 1,984 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai Sig. sebesar 0,000 dan $\alpha = 0,05$ yang artinya nilai Sig. $< \alpha$. Maka hipotesis diterima yang artinya variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian yang dilakukan juga sesuai dengan temuan yang dikemukakan oleh Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Produk yang berkualitas prima akan lebih atraktif untuk pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan tingkat kepuasan pelanggan (Rozi, 2018).

Seperti yang terjadi di lapangan ada beragam pilihan topping yang disediakan oleh Warunk Upnormal cafe untuk menu mie andalannya walaupun tak sedikit pula menu lain yang lenyap dari buku menu. Bahan yang digunakan fresh, makanan pun disajikan dengan tampilan menarik dan menggurikan.

Adapun indikator untuk menganalisis kualitas produk menurut Riadi (2020) adalah sebagai berikut:

a. Keistimewaan tambahan (*features*)

Variasi menu di Warunk Upnormal cafe bervariasi karena memang menu yang ditawarkan mulai dari mie-miean yang merupakan produk andalan mereka, lalu nasi, camilan seperti cireng dan roti serta berbagai pilihan minuman mulai dari kopi sampai non kopi. Namun belakangan ini ada beberapa pilihan menu yang dihapus karena dampak pandemi. Untuk sub indikator yang kedua ialah variasi topping, berbagai macam pilihan topping pada produk yang mereka jual seperti mie dengan berbagai topping mulai dari kornet, keju, kikil, sosis, sampai daging begitu juga dengan pilihan topping nasi yang beragam mulai dari nasi dengan topping telur, ayam, sampai wagyu dan kambing muda. Banyaknya pilihan topping yang ditawarkan membuat konsumen puas memilih mana yang disukai.

b. Kesesuaian dengan spesifikasi

Makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Warunk Upnormal cafe dibuat berdasarkan citarasa lidah Indonesia yang sesuai dengan selera konsumen. Sub indikator yang kedua ialah rasa sesuai dengan tampilan yang mana responden rata-rata setuju dengan pernyataan tersebut karena rasa makanan dan minuman di Warunk Upnormal cafe sesuai dengan tampilannya.

c. Daya tahan

Makanan yang dikonsumsi di Warunk Upnormal cafe diracik langsung dari dapur sehingga makanan yang disajikanpun fresh namun tak jarang bahan baku yang digunakan kosong sehingga terpaksa menu tertentu tidak bisa disajikan. Makanan yang ditawarkan oleh Warunk Upnormal cafe dibuat dari bahan-bahan yang segar dan dibuat mendadak sesuai dengan pesanan sehingga tidak mudah basi sampai dengan kemeja konsumen.

d. Kemampuan melayani

Responden rata-rata menjawab setuju karena makanan yang dipesan di Warunk Upnormal cafe disajikan dengan cepat, walaupun terkadang konsumen harus menunggu lebih lama juga.

e. Estetika

Estetika adalah indikator terakhir dari kualitas produk (Cahya, 2015). Makanan dan minuman yang disajikan di Warunk Upnormal cafe memiliki tampilan yang cukup menarik namun ada sebagian menu yang tidak sama tampilan aslinya dengan dibuku menu, contohnya porsi makanan di buku menu terlihat lebih banyak padahal aslinya tidak demikian. Rata-rata responden menjawab setuju karena penyajian makanan dan minuman yang ada di warunk upnormal dinilai rapi dan tidak berantakan sampai ke meja pengunjung.

Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan tanggapan responden dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada warunk upnormal cafe samarinda. Dari variabel kualitas pelayanan (X2) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 6,820 dan nilai t_{tabel} ialah sebesar 1,984 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai Sig. sebesar 0,000 dan $\alpha = 0,05$ yang artinya nilai Sig. < α . Maka hipotesis diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Umami & Sumartik (2019). Seperti yang terjadi di lapangan bahwa kualitas pelayanan di Warunk Upnormal Cafe cukup baik. Para karyawan responsif dan juga sabar dalam melakukan pelayanan. Tempat yang bersih juga merupakan bentuk pelayanan yang baik dari Warunk Upnormal cafe tak lupa jaringan Wifi dan stop kontak di tiap sudutpun disediakan guna kenyamanan para konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan tanggapan responden dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi baku (*Standardized Coefficients*) pada variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai yang paling besar yaitu 0,558 bila dibandingkan dengan kualitas produk (X1) yang hanya memperoleh angka sebesar 0,350. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2)

merupakan variabel yang dominan, hal ini terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan pada 100 orang responden yang juga konsumen Warunk Upnormal cafe Samarinda.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Shafiq *et. al.* (2017) dimana kualitas pelayanan berfokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran layanan yang diberikan penjual kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan konsumen demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Menurut Manajer Warunk Upnormal café Samarinda, Saat ini mereka terus berusaha untuk menerapkan standar untuk bisa memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memuaskan utamanya berfokus pada pelayanan yang diberikan. Untuk urusan produk sendiri Warunk Upnormal cafe memiliki standarisasi dari pusat mulai dari bahan sampai menu-menu apa saja yang ditawarkan. Jadi mereka hanya membuat menu sesuai standar gramasi dan standar menu dari pusat yang berkaitan dengan hpp produk. Dari penjelasan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) pada Warunk Upnormal cafe Samarinda.

Simpulan

Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal Cafe Samarinda. Variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Warunk Upnormal Cafe Samarinda. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang merasa puas dengan pelayanan di Warunk Upnormal Cafe yang memiliki *extraordinary service* contohnya seperti pelayanan yang ramah, cepat serta kepedulian yang tinggi terhadap konsumen.

Daftar Pustaka

- Cahya, E. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Cooper, R. G. (2019). The drivers of success in new-product development. *Industrial Marketing Management*, 76, 36–47.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Halvorsrud, R., Kvale, K., & Følstad, A. (2016). Improving service quality through customer journey analysis. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(6),

840–867.

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Maulina, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(3), 248–254.
- Peng, L. S., & Moghavyemi, S. (2015). The dimension of service quality and its impact on customer satisfaction, trust, and loyalty: A case of Malaysian banks. *Asian Journal of Business and Accounting*, 8(2).
- Riadi, M. (2020). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan). *Kajian Pustaka*, 2.
- Rozi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Motor Honda Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa STIE Al-Khairiyah Cilegon. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 2(1).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Edisi 6. *Research Methods for Business*.
- Shafiq, M., Naeem, M. A., Munawar, Z., & Fatima, I. (2017). Service quality assessment of hospitals in Asian context: An empirical evidence from Pakistan. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 54, 0046958017714664.
- Subagja, A. D., & Kusnadi, I. H. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Pemandian Air Panas Ciater Spa Resort. *The World of Business Administration Journal*, 1–19.
- Umami, R., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250–257.
- Wijaya, R., Pola, P. A. A., & Noho, Y. (2021). Perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja di rumah makan pada saat pandemi Covid-19 di Kota Gorontalo. *Jurnal Darmawisata*, 1(1), 6–10.