

# Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Buahbatu Bandung

## *The Influence Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction At Starbucks Buahbatu Bandung*

Zahra Jilan Nabilah<sup>1</sup>, Cut Irna Setiawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, zahrajilan@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, irnacut@telkomuniversity.ac.id@telkomuniversity.ac.id

### Abstrak

Pada Zaman yang berkembang ini Munculnya industri coffee shop di Indonesia membawa dampak baru dalam kehidupan pelanggan ,Coffee shop adalah sebuah lahan bisnis yang sedang maju dan berkembang di Indonesia terutama di kota Bandung perkembangan bisnis coffee shop di kota Bandung terus bertumbuh dengan hadirnya berbagai brand coffee shop ,para pengusaha melihat pasar peningkat kopi sangat tinggi hingga saat ini dengan adanya tingkat minat pelanggan terhadap coffee shop Starbucks merupakan market leader pada coffee shop di Indonesia ,Kepuasan pelanggan dapat di nilai dari Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas layanan dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan pada Starbucks Buahbatu Bandung, Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif.Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan yang pernah bertransaksi di Starbucks Buahbatu minimal 2x Bertransaksi yang tidak diketahui jumlah dengan tingkat kesalahan sebesar 5%,yang jumlah sampelnya yaitu sebesar 400 Responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee Dan Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee. Hasil penelitian tersebut tentunya terdapat kesamaan dengan hasil penelitian terdahulu.

**Kata Kunci:Kualitas Layanan,Kualitas Produk dan Kepuasan pelanggan.**

### Abstract

In this developing era, the emergence of the coffee shop industry in Indonesia has brought a new impact on the lives of customers. Coffee shop is a business area that is developing and developing in Indonesia, especially in the city of Bandung. The development of the coffee shop business in the city of Bandung continues to grow with the presence of various coffee shop brands. , entrepreneurs see the coffee enhancer market is very high to date with the level of customer interest in coffee shops Starbucks is the market leader in coffee shops in Indonesia, customer satisfaction can be assessed from the quality of service and quality of products provided.

This study aims to determine the quality of service and product quality on customer satisfaction at Starbucks Buahbatu Bandung. The research used in this study is descriptive and causal research with a quantitative approach. It is known that the number with an error rate of 5%, the number of samples is 400 respondents.

The results of this study indicate that there is a partially significant effect between service quality and product quality on Starbucks Coffee customer satisfaction. And there is a simultaneous significant effect between service quality and product quality on Starbucks Coffee customer satisfaction. The results of this study certainly have similarities with the results of previous studies

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

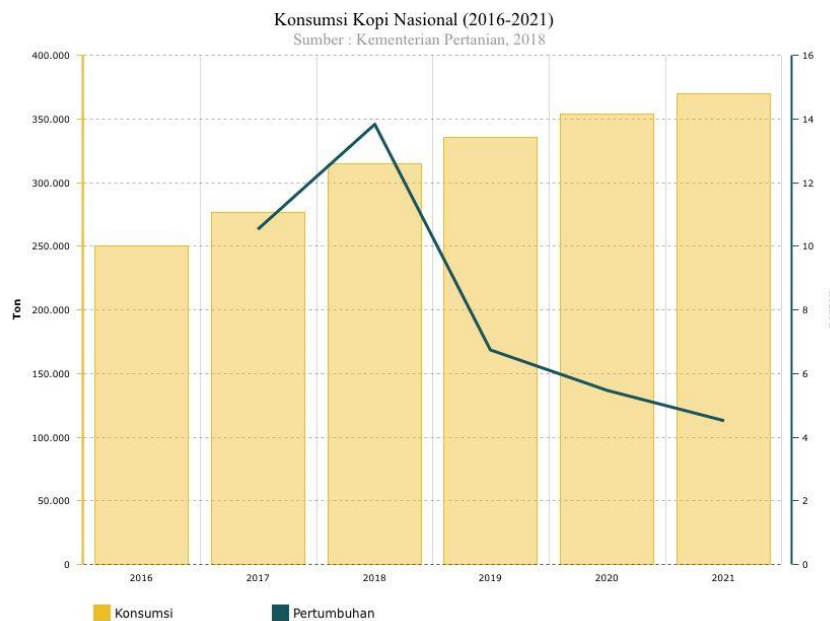
## I. PENDAHULUAN

Pada Zaman yang berkembang ini Munculnya industri coffee shop di Indonesia membawa dampak baru dalam kehidupan pelanggan , coffee shop di Indonesia mengalami banyak perubahan dalam gaya hidup pelanggan ,untuk saat ini coffee shop bukan hanya sebagai tempat untuk ngopi tetapi juga tempat untuk melakukan kegiatan seperti adanya rapat,berdiskusi,ajang untuk bertemu kerabat dan mengisi waktu luang, persaingan coffe shop di Indonesia saat ini sedang bekembang pesat dengan adanya konsep coffe shop yang

lebih modern, tingkat konsumsi pun memberikan dampak bisnis kopi di Indonesia, bisnis kedai kopi di Indonesia di prediksi akan mencapai angka 15%-20% Angka ini naik kalau dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mencapai 8%-10% walaupun angka pada tren bisnis kopi sudah cukup tinggi, angka tersebut di prediksi akan terus naik. pada tahun ini 2021 konsumsi kopi di Indonesia di prediksi bakal mencapai angka 370.000 ton (Bangsa, 2019). Secara komersial ada 2 macam jenis kopi yang ada di Indonesia yaitu kopi robusta dan juga kopi arabika, kopi arabika menghasilkan sampe 150.000 ton dan mempunyai luas areal 250.000 hektar, sedangkan kopi robusta menghasilkan 600.0000 ton serta mempunyai luas areal 1.05 juta hektar.

Saat ini bisnis kopi sedang berkembang sangat pesat di Jawa Barat mulai dari pelosok desa hingga ke perkotaan kehadiran coffee shop di Jawa Barat semakin tahun semakin meningkat tidak lepas dari perusahaan coffee terkenal yaitu perusahaan Starbucks coffee yang masuk ke Indonesia pada tahun 2002. Sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat No 8 Tahun 2013 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Perkebunan bahwa Kopi merupakan salah satu komoditas strategis di Jawa Barat yang mempunyai peran cukup penting dalam perekonomian masyarakat Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat mempunyai kopi berkualitas yang dapat dibanggakan tentang citarasanya, sehingga dapat memotivasi para petani untuk menanam tanaman kopi lebih berkembang, serta ikut gencar mendukung dalam peningkatan produksi dan produktivitas kopi specialty yang dimaksud. Pemerintah Jawa Barat sangat mendukung pengembangan Kopi yang telah dan sedang di programkan untuk rakyat Jawa Barat.

Coffe shop adalah sebuah lahan bisnis yang sedang maju dan berkembang di Indonesia terutama di kota Bandung, perkembangan bisnis coffee shop di kota Bandung terus bertumbuh dengan hadirnya berbagai brand coffee shop lokal mau pun non lokal para pengusaha melihat pasar peningkat kopi sangat tinggi hingga saat ini dengan adanya tingkat minat pelanggan terhadap coffee shop banyaknya coffee shop yang membuka cabang dan memperluas cabang agar brand kopi tersebut dikenal oleh masyarakat kota Bandung. Kota Bandung adalah salah satu kota kuliner di Indonesia. Indonesia memiliki beberapa kota kuliner yang terus berkembang, seperti. Bandung, Jakarta, Jogja, Surabaya, Bogor, Medan, Palembang, Semarang, Makassar dan Cirebon (www.gotravelly.com, 2019).



**Gambar 1**

Sumber : Katadata.co.id2022

Coffee shop di kota Bandung sedang berkembang sangat pesat, banyak sekali coffee shop yang masuk ke wilayah kota Bandung, berikut adalah 5 Top Coffee Shop populer di kota Bandung yang sudah di kenal oleh kalangan masyarakat, 5 top coffee shop ini banyak di rekomendasikan oleh masyarakat kota Bandung karena tempat dan juga mempunyai rasa coffee yang berkualitas. (Geraldine, 2019)

**Tabel 1**

No	Coffee Shop
1	Yumaju Coffee
2	Sejiwa Coffee
3	Two Cents
4	Sydwic
5	Armor Kopi

Sumber : *harpersbazar.co.id*

Pada saat ini, di Indonesia banyak sekali coffee shop yang bermunculan khususnya di kota bandung, persaingan coffee shop di bandung pun semakin ketat, Starbucks mempunyai 152 gerai terbesar di seluruh Indonesia di antaranya ada 17 gerai starbucks di kota bandung, Gerai Starbucks pertama di kota bandung berada di cihampelas walk yang di buka pada tahun 2005, Starbucks membuka banyak cabang di kota bandung dikarenakan untuk memperluas pasar serta sebagai peluang bisnis kopi di kota bandung.

Penelitian ini berfokus pada gerai Starbucks Buahbatu Bandung yang berada di Jalan Buahbatu No.159, Gerai Starbucks Buahbatu berada di tempat yang strategis Starbucks Buahbatu bandung memiliki permasalahan yaitu tentang kepuasan pelanggan yang ada pada google customer review yang menunjukan bahwa pelayanan yang di berikan tidak maksimal dan kurang baik, yang menjadikan pembahasan ini akan di teliti oleh penulis yang nanti bisa di evaluasi. Peneliti memilih penelitian di Gerai Starbucks buahbatu dikarenakan Starbucks buahbatu memiliki rate yang rendah dibandingkan dengan gerai Starbucks lainnya yang ada di Kota Bandung dan juga banyak keluhan yang di rasakan oleh beberapa pelanggan yang mengunjungi starbucks buahbatu, Berikut beberapa perbandingan rate gerai Starbucks di Kota Bandung.

**Tabel 2**

Gerai	Rate
Starbucks Sherlock	3.9
Starbucks Trans studio Mall	3.9
Starbucks Kantor Pos	3.7
Starbucks Buahbatu	2.9

Sumber : *Zomato.com (2022)*

Berikut adalah beberapa ulasan keluhan kualitas layanan dari pelanggan Starbucks Coffee Buahbatu Bandung :

**Gambar 1**



Kualiatas layanan, kualitas produk dan juga kepuasan pelanggan menjadi fokus yang penting dalam penelitian ini dikarenakan kualitas layanan dan produk menentukan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terbentuk dari pembelian produk serta pengalaman layanan yang diberikan, pelanggan akan merasa puas dengan produk yang di tawarkan serta pelayanan yang di dapat , kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan. Untuk membangun kepuasan pelanggan starbucks menggunakan strategi positioning, Starbucks meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan

starbucks card, starbucks reward, dan juga starbucks mobile apps yang bisa di akses di play store dan juga apps store, Starbucks menawarkan pelanggan nya dengan menggunakan starbucks card dengan banyak keuntungann jika pelanggan memilih memakai starbucks card ini, keuntungannya yaitu mendapatkan 'Starbucks Reward' yang menawarkanya free minuman atau makanan dengan mengumpulkan star sebanyak 100 star, serta diskon kepada anggota starbucks card ini. Starbucks telah melaporkan peningkatan pendapatan sebesar \$2,65 miliar, yang menghubungkan program penghargaan mereka dengan sebagian besar peningkatan.

Adapun hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian yang telah di lakukan oleh afnina & Yulia Hastuti ( 2018 ) hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang terjadi cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan besaran r-kuadrat menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengkaji tentang kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Pemasaran

Menurut Indrasari (2019) Pemasaran adalah kegiatan yang menyeluruh dengan cara yang komprehensif, terencana dan dilaksanakan oleh organisasi atau Lembaga untuk memenuhi permintaan pasar serta menciptakan produk yang bernilai tinggi, menetapkan harga ,komunikasi dan saling tawar menawar dengan harga yang bernilai bagi pelanggan, mitra dan public.

### b. Kualitas

Menurut Walujo dkk (2020) Kualitas pada dasarnya difungsikan sebagai senjata dalam persaingan serta di pergunakan memberikan jaminan (*assurance*) kepada pelanggan (*user*).

### c. Layanan

Menurut Malau (2017) Layanan adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki bentuk dan tidak bisa dipegang serta tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lainnya.

### d. Produk

Menurut Malau (2017) Produk yaitu barang yang nyata yang dapat dilihat atau berwujud serta dapat di pegang dan dirancang untuk memuaskan keinginan pelanggan serta kebutuhan pelanggan seperti handphone, motor dan lainnya.

### e. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dalam indrasari (2019), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

### f. Kualitas Produk

Menurut daga (2017) Kualitas Produk yaitu Kinerja suatu produk untuk melaksanakan fungsi termasuk daya tahan, keandalan dan akurasi kemudahan operasi dan perbaikan serta karakteristik nilai-nilai lainnya.

### g. Kepuasan Pelanggan

Menurut Umar dalam Rahmawati (2016) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang mereka terima dan harapannya, yaitu jika seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan yang loyal.

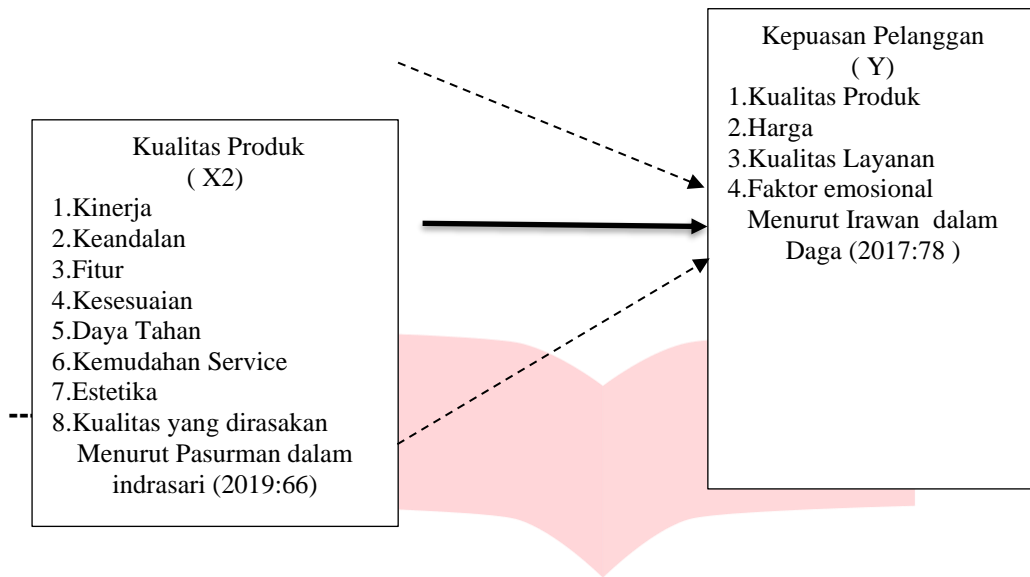
### h. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam sugionno (2020) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.

#### Kualitas Layanan ( X 1 )

1. Berwujud
2. Keandalan
3. Ketanggapan
4. Jaminan dan Kepastian
5. Empati

Menurut Davin garvin dalam  
Rahmawati (2016:21)



Keterangan :

----- : Secara Parsial

\_\_\_\_\_ : Secara Simultan

**2.9 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk menjaga konsistensi penelitian maka dibutuhkan Batasan-batasan masalah agar tidak membahas luas, lingkup penelitian yang di gunakan yaitu :

1. Penelitian ini berfokus membahas pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Objek penelitian yaitu pelanggan starbucks yang pernah memlakukan transaksi di starbucks buah batu dan subjek penelitian adalah Strabucks Buah batu Bandung.

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Variabel Independen Kualitas Layanan(X1), Kualitas Produk(X2) dan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu Pelanggan Starbucks Buah batu yang pernah Bertransaksi minimal 2x transaksi yang tidak diketahui jumlahnya, teknik pengambilan sampling menggunakan non probability sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji asumsi klasik, regresi linear berganda serta uji hipotesis F dan t serta analisis koefisien determinasi.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

- A. Uji Asumsi Klasik
  1. Uji Normarlitas

**Tabel 3**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
------------------------------------

		Unstandardiz residual
N		400
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38863142
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.043
Testi Statistic		.044
Asymp.Sig.( 2-talled)		.057 <sup>c</sup>
a.Test distribution is Normal.		
b.Calculated from data		
c.Lilliefors Significance Correction		

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa hasil pengujian menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* pada nilai Asymp.Sig.(2-tailed) adalah 0.57 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05 ( $0.57 > 0.005$ ), Maka disimpulkan bahwa pada penelitian ini mempunyai data yang terdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4**

		Coefficients. <sup>a</sup>				
		Unstandardized	Coefficients	Standardized		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.783	.291		6.132	.000
	KualitasLayanan	.006	.071	.036	.348	.728
	Kualitas Produk	-.018	.011	-.169	-1.662	.097

a.Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data yang telah dioleh (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai sig. Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang bernilai 0.097 dimana nilai tersebut lebih besar dari pada 0.05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

## 3. Uji Multikolinearitas

**Tabel 5**

Coefficients. <sup>a</sup>			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	.238	4.210
	Kualitas Produk	.238	4.210

a. Dependent Variable Kepuasan pelanggan

Sumber: Data yang telah di peroleh (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk 2 Variabel independent mempunyai nilai < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variable independent dalam penelitian ini.

#### 4. Regresi linier berganda

**Tabel 6**

Coefficients. <sup>a</sup>						
		Unstandardized	Coeffi-	Standardized		
		B	icients	Coefficients	t.	Sig.
Model			Std. Error	Beta		
1	( Constant)	1.783	.437		4.081	.000
	Kualitas Layanan	.271	.026	.400	10.56	.000
	Kualitas Produk	.240	.016	.560	14.80	.000

a. Dependent Variable Kepuasan pelanggan

Sumber: Data yang telah di peroleh (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti dalam tabel 4.4 maka dari itu didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.783 + 0,271X_1 + 0,241X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, maka di diperoleh konstanta sebesar 1.783 yang dimana nilai tersebut menyatakan jika pada variabel dependen (Y) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel independent ( $x_1, x_2 = 0$ ) maka rata-rata dari variabel Kepuasan pelanggan yaitu sebesar 1.783.

Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan bernilai positif yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel Kualitas Layanan dan variabel Kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel pada Kualitas layanan mempunyai nilai sebesar 0,271, dimana setiap peningkatan sebesar satu satuan pada Kualitas Layanan sementara pada variabel lainnya konstan maka Kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,271.

Koefisien regresi variabel Kualitas produk bernilai positif yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel Kualitas produk dan variabel Kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel pada Kualitas produk mempunyai nilai sebesar 0,240, dimana setiap peningkatan sebesar satu satuan pada Kualitas produk sementara pada variabel lainnya konstan maka Kualitas produk akan meningkat sebesar 0,240.

## 5. Uji t

**Tabel 7**

Coefficients. <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized	Standardized		t.	sig.
		B	Coefficients	Coefficients		
1	(Constant)	1.783	.437		4.081	.000
	KualitasLayanan	.271	.026	.400	10.564	.000
	Kualitas Produk	.240	.016	.560	14.807	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data yang telah di peroleh (2022)

Berdasarkan pada Tabel 4.5 maka dapat disimpulkan jika nilai dari t hitung dari :

1. Kualitas layanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  dimana nilai lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $10.564 > 1.966$ ) dan pada nilai Sig. sebesar  $0.00 < 0.05$  maka nilai  $H_0$  ditolak dan nilai  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Starbucks Buahbatu Bandung.
2. Kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  dimana nilai lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $14.807 > 1.966$ ) dan pada nilai Sig. sebesar  $0.00 < 0.05$  maka nilai  $H_0$  ditolak dan nilai  $H_2$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Starbucks Buahbatu Bandung.

## 6. Uji F

**Tabel 8**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4928.359	2	2464.180	1271.499	.000 <sup>b</sup>
	Residual	769.391	397	1.938		
	Total	5697.750	399			

a. Dependent Variable : Kepuasan pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan.

Sumber: Data yang telah di peroleh (2022)



Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.6, dapat diketahui bahwa hasil  $F_{hitung}$  sebesar 1271.499.  $F_{hitung}$  dengan tingkat Sig.0,05 degree of freedom  $1(n-1) = 3$ , dan degree of freedom 2  $(n-K-1)$  atau  $400-2-1= 397$ , maka di peroleh  $F_{tabel}$  2.651. dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $(1271.499 > 2.651)$  maka  $H_1$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas layanan (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) pada Starbucks Buahbatu Bandung secara simultan.

#### 7. Koefisien determinasi

Tabel 9

Model	Model Summary <sup>b</sup>			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 <sup>a</sup>	.865	.864	1.39212

a. Predictors: (Constant).Kualitas produk,Kualitas Layanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data yang telah di peroleh (2022)

Pada tabel 4.7 menjelaskan bahwa nilai pada *adjusted R square* sebesar 0,864 atau sebesar 86,4% Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan yaitu sebesar 86,4%. Sedangkan sisanya 13,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Berdasarkan nilai koefisien regresi pada uji regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa arah nilai pada koefisien menunjukkan bahwa adanya arah positif dengan nilai koefisien regresi berganda sebesar 0,271. Koefisien regresi yang memiliki nilai positif menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Layanan maka variabel Kepuasan pelanggan juga mengalami kenaikan. berdasarkan uji hipotesis pada uji t, Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan memiliki pengaruh pada keinginan minat beli oleh pelanggan Starbucks Buahbatu Bandung. Hal ini sesuai dengan penelitian Fitriadi, Rini (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Showroom Perintis Motor. Hasil yang menunjukkan bahwa variabel independent kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan.

2. Berdasarkan nilai koefisien regresi pada uji regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa arah nilai pada koefisien menunjukkan bahwa adanya arah positif dengan nilai koefisien regresi berganda sebesar 0,240. Koefisien regresi yang memiliki nilai positif menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Produk maka variabel Kepuasan pelanggan juga mengalami kenaikan. berdasarkan uji hipotesis pada uji t, Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keinginan minat beli oleh pelanggan Starbucks Buahbatu Bandung. Hal ini sesuai dengan penelitian dengan Maulidah, Widodo, Zulianto (2019) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember Hasil yang menunjukkan bahwa variabel independent kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependent kepuasan pelanggan.

3. Berdasarkan uji hipotesis pada uji  $f$  pada tabel 4.12 Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Starbucks Buahbatu Bandung secara simultan dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu ( $1271.499 > 2.651$ ) Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Hal tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini semua variabel independent secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, Hal ini sesuai dengan penelitian Arifki, Nurjahjan (2018) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfabeth Store Pasuruan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Dapat diketahui bahwa Kualitas Layanan Starbucks Buahbatu Bandung mempunyai nilai 82,80% termasuk pada kategori yang sangat baik,
2. Dapat diketahui bahwa Kualitas Produk Starbucks Buahbatu Bandung memiliki nilai 83,04% termasuk pada kategori yang sangat baik.
3. Dapat diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan Starbucks Buahbatu Bandung memiliki nilai 83,97% yang termasuk pada kategori sangat baik.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee.

### B. Saran Akademis

Adapun saran yang diberikan untuk akademis yang ada pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian.
2. Penelitian ini dapat di jadikan sebagai acuan studi kasus bagi mahasiswa/i dalam proses pembelajaran dikarenakan penelitian ini telah mengaplikasikan teori yang sudah di pelajari.

### C. Saran Praktis

Adapun saran yang Praktis diberikan untuk perusahaan yang ada pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Diharapkan karyawan dan pihak Starbucks Buahbatu Bandung dapat memberikan layanan secara maksimal bagi pelanggan terutama pada kondisi pandemic saat ini dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan akan terciptanya kepuasan pelanggan yang maksimal, Hal ini karena kepuasan pelanggan didapatkan jika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk serta kualitas Layanan yang baik.
2. Melihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan pada point pertanyaan XI\_ITEM 2 dengan presentase skor sebesar 78,12%. dimana pada item pertanyaan ini merupakan "Menurut anda Apakah Starbucks Buahbatu mempunyai smoking area yang memadai?".rendahnya skor pada item ini, maka seharusnya perusahaan lebih bisa memberikan smoking area yang memadai dan juga memberikan ruangan smoking area cukup nyaman kepada pelanggan yang nantinya akan memberikan nilai yang lebih dari pelanggan serta meningkat layanan yang di berikan oleh Starbucks Buahbatu.
3. Melihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk pada point X2\_ITEM 15 dengan presentase skor sebesar 77,62%. dimana pada item ini merupakan "Menurut anda Apakah Starbucks Buahbatu mempunyai fasilitas yang lebih luas dibanding Starbucks lainnya".rendahnya skor pada item ini, maka seharusnya perusahaan bisa memperbaiki fasilitas pada Starbucks Buahbatu dengan memperbesar outlet Buahbatu, memperbaiki penempatan kursi dan meja yang terlalu berdekatan dengan meja lainnya.
4. Melihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan pada point YI\_ITEM 4 dengan presentase skor sebesar 78,56%. dimana pada item ini merupakan "Menurut anda Apakah Starbucks Buahbatu mempunyai harga yang affordable untuk dibeli?".rendahnya skor pada item ini, Seharusnya perusahaan memberikan harga yang cukup affordable atau perusahaan selalu menyediakan promo untuk pelanggan dengan adanya Buy 1 Get 1 disetiap Bulannya atau menyediakan promo pada saat hari-hari nasional. yang nantinya pelanggan akan loyal terhadap Starbucks dan pelanggan akan merasa puas dengan starbucsk karena dengan adanya harga yang cukup affordable tetapi starbucks selalu menyediakan promo-promo yang menarik untuk di beli.

## REFERENSI

1. Abil Fauzan Arifki, F. N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di alfabeth store pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol 4, No 1*.

2. Bangsa, P. A. (2019, Desember 12). *Tren Bisnis Kopi dan Perkembangannya*. Retrieved from <https://gobiz.co.id/>
3. Geraldine, L. (2019, Januari 31). *15 Rekomendasi Coffee Shop di Bandung*. Retrieved from 15 Rekomendasi Coffee Shop di Bandung: <https://harpersbazaar.co.id/>
4. Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Jawa timur, indonesia: unitomo press.
5. Malau, h. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mitra Wacana Medi
6. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. (2019). In H. Malau, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (p. 284 ). Jakarta: Mitra Wacana Media.
7. Pertanian, K. (2018). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Databooks.
8. Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press .
9. Widjojo. (2018). *Sari-Sari pemasaran*. Jakarta: Prasetya Mulya Publising.

