

ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DITINJAU KEPUASAN PELANGGAN CAFE BELIKOPI BANDAR KEDIRI

Wahyu Rizki Ana¹, Samari.², Rino Sardanto³

^{1,2,3} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
wahyurizkiana16@gmail.com

Tanggal Masuk : 09/08/2023 Informasi artikel :
Tanggal Revisi : 11/08/2023 Tanggal diterima: 16/08/2023

Abstract

Cafe Belikopi is a coffee shop located in Bandar Kediri Village. In the observation, researchers found problems, namely brand image, service quality, and product quality. The purpose of this study was to find out how the influence between brand image, service quality, and product quality at Cafe Belikopi Bandar Kediri. The variables used are (1) Brand Image (2) Service Quality (3) Product Quality (4) Customer satisfaction. The sample collection method used in this study was to use a purposive sampling technique with a total of 40 respondents. The approach and analysis technique used in this study is multiple linear analysis with SPSS 23. Based on the results of the study (1) brand image has a significant effect on customer satisfaction (2) service quality has a significant effect on customer satisfaction (3) product quality has a significant effect on customer satisfaction, and (4) brand image, service quality, product quality, and customer satisfaction have a significant effect on customer satisfaction at Café Belikopi Bandar Kediri.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Cafe Belikopi adalah kedai kopi yang berlokasi di Kelurahan Bandar Kota Kediri. Dalam pengamatan peneliti menemukan masalah yaitu citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh antara citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri. Variabel yang digunakan adalah (1) Citra Merek (2) Kualitas Pelayanan (3) Kualitas Produk (4) Kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teknik purposive sampling dengan jumlah 40 responden. Pendekatan dan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan SPSS 23. Berdasarkan hasil penelitian (1) citra merek secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (2) kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (3) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Belikopi Bandar Kota Kediri.

Keywords: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Saat ini minum kopi menjadi kegiatan favorit bagi kebanyakan warga Indonesia. Bukan menjadi rahasia lagi bahwa kopi begitu digemari masyarakat. Itulah alasan keberadaan coffeshop sangat berkembang pesat. Menurut [1] hasil riset TOFFIN yang merupakan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri (Hotel, restoran, dan kafe) di Indonesia yang menunjukkan jumlah kafe di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000.

Berdasarkan data tersebut, terjadi peningkatan tren dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang menyukai minuman kopi. Pada awalnya kafe hanya terdapat dipusat perbelanjaan maupun di kota besar, namun sekarang sudah menjamur diberbagai pelosok daerah dan pinggir jalan. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia gemar minuman kopi maka akan semakin ketat persaingan dengan usaha sejenis. dibutuhkan inovasi dan pintar mengatur strategi pemasaran produknya agar konsumen dapat mengetahui dan mengenal produk yang ditawarkan serta pembisnis dapat memberikan pelayanan yg baik agar tercapainya rasa puas setelah menikmati produk yg kita jual. Tujuan dari bisnis sendiri selain mencari laba adalah menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian/kesenangan) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan [2]. dan dapat diartikan kepuasan merupakan proses membandingkan hasil kinerja dengan harapan, jika kinerja produk dan harapan rendah maka pelanggan tidak merasa puas dan sebaliknya jika pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut bisa kembali membeli dan merekomendasikan ke orang lain yang akan berpengaruh terhadap kemajuan usaha tersebut. [3] kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pemakaiannya. Sedangkan menurut (Puspitarini et al., 2022) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang diperolehnya setelah membandingkan hasilnya dengan harapan konsumen. Indikator kepuasan pelanggan menurut [4] adalah

- a) Kesesuaian harapan
- b) Minat berkunjung kembali
- c) Kesiediaan merekomendasikan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap dari penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian [5] membahas tentang kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pembelian. [6] membahas tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian [2] mendapat hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Namun kualitas layanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan. [7] membahas tentang harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian [8] menunjukkan hasil yaitu kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Namun pada kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian [9] menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Belikopi Kediri. Kualitas pelayanan barista berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Belikopi Kediri. Store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan barista secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Belikopi Kediri. Adanya Perbedaan penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan diatas, dimana ada yang menyatakan kualitas pelayanan ada yang masih belum bisa membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor penting yang menjadi perhatian selain rasa puas adalah citra merek yang baik. citra merek merupakan jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek [5] dan diartikan citra merek merupakan persepsi pelanggan setelah merasakan hasil dari merek produk yang kita tawarkan yang terbentuk dari pengalaman secara langsung maupun tidak langsung. Jika sebuah bisnis mempunyai citra merek yang baik maka produk yang ditawarkan kepada pembeli membuat pelanggan kembali membeli produk yang dijual. Menurut [4] indikator – indikator citra merek sebagai berikut :

- a) Recognition (Pengenalan),
- b) Reputation (Reputasi),
- c) Affinity (Daya tarik),
- d) Loyalty (kesetiaan),

Selain tingkat kepuasan pelanggan, citra merek yang baik adalah kualitas pelayanan. Menurut [10] kualitas layanan merupakan kompetensi yang dimiliki oleh institusi dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki kewajiban untuk memberikan kepuasan atas kebutuhan tersebut. Dan diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan melalui layanan yang baik, jika ternyata dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. kualitas pelayanan sendiri memiliki pertimbangan bagi pelanggan dikarenakan jika pelayanan baik maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan untuk datang kembali membeli produk tersebut, namun sebaliknya jika kepuasan pelanggan tidak terpenuhi karena pelayanan kurang baik maka akan menciptakan kesan buruk sehingga pelanggan tidak tertarik kembali membeli produk yang dipromosikan tersebut. Menurut [11] terdapat indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Keandalan (Reliability)
- b) Bukti langsung (tangibles)
- c) Daya tanggap (responsiveness)
- d) Jaminan (assurance)

e) Empati (empathy)

Selain citra merek, kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan harapan konsumen terhadap suatu produk yang berubah-ubah serta berhubungan dengan tenaga kerja atau manusia, tugas serta lingkungan sebagai pemenuhan harapan bagi konsumen [6]. Dapat diartikan bahwa pelanggan dapat kembali membeli produk yang ditawarkan karena produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan uang yang sudah dikeluarkan. Jika perusahaan dapat memenuhi permintaan tersebut maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan jumlah konsumen juga dapat meningkat. Menurut [12] terdapat indikator kualitas produk sebagai berikut :

- a) Kinerja,
- b) Fitur,
- c) Kesesuaian dengan spesifikasi
- d) Ketahanan,
- e) Keandalan,
- f) Kemudahan perbaikan,
- g) Estetika,
- h) Kualitas yang dipersepsikan,

Berdasarkan observasi peneliti ada beberapa cafe yang sudah berdiri, salah satunya Belikopi sendiri yang berada di Bandar, cafe tersebut berhasil dalam promosi produknya dan ramai pengunjung. Tetapi berdasarkan wawancara oleh salah satu pelanggan yang mengatakan bahwa dalam pelayanan kurang memuaskan dan tidak sesuai harapan pelanggan. Namun karena kurang puas peneliti melakukan wawancara kembali ke beberapa pelanggan lainnya yang menyatakan bahwa tetap membeli produk karena merasa puas dengan alasan memiliki kualitas produk yang baik dengan harga sesuai kantong pelajar daripada merek lain dengan jenis yang sama. Hal tersebut menjadi masalah pada penelitian ini untuk meningkatkan citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, serta dengan melihat pentingnya citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan pada pengelolaan manajemen pemasaran yang efisien demi tercapainya tujuan-tujuan organisasi perusahaan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, adalah:

- a) Apakah ada pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri
- b) Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri
- c) Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri
- d) Apakah ada pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka membantu menjaga dan meningkatkan pengelolaan manajemen pemasaran pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri demi tercapainya tujuan perusahaan, khususnya dalam fenomena kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada pada perusahaan, yaitu: citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk yang diterima pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri.

METODE

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Hal ini digunakan karena data-data yang diperoleh berupa angka-angka dan peneliti ingin mengetahui besar pengaruh antar variabel yang diteliti. Teknik penelitian berhubungan dengan tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan bagaimana variabel tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi. Oleh karena itu, teknik dalam penelitian ini adalah teknik kausalitas. Kausalitas merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab – akibat antar variabel yang mungkin menjadi sebab gejala yang diteliti. Jadi ada variabel independent dan dependent yang diteliti. Dalam penelitian ini memiliki variabel dependent antara lain citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk sedangkan variabel independent penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan gambaran yang akurat, lengkap dan jelas serta memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian observasi pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri. Oleh karena itu, maka ditetapkan penelitian berlokasi di Jl. KH Wachid Hasyim No.151, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64114. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 5 bulan yaitu dari

bulan Mei 2023 sampai bulan Juni 2023. Populasi merupakan keseluruhan objek yang terdapat dalam satu wilayah penelitian dan memenuhi syarat sesuai dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)". Penelitian ini melibatkan 40 konsumen sebagai sampel karena penelitian ini terdiri dari empat variabel, dimana jumlah sampel adalah minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling.

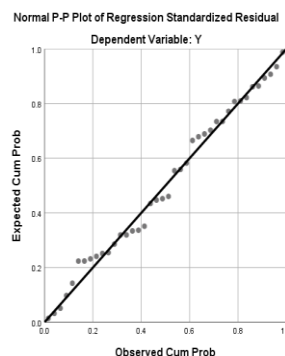
Instrument penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang variabel yang sedang diteliti. Instrument yang digunakan adalah kuesioner (angket). Angket merupakan teknik pengumpulan data yang akan diberikan kepada responden berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis. Instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur data dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran validitas, tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengukuran validitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23, yakni dengan uji statistik analyze correlate bivariate. Penghitungan uji validitas tidak dilakukan secara manual, melainkan dilakukan dengan bantuan SPSS 23. Sedangkan keputusan pengujian validitas instrumen dilakukan berdasarkan kriteria berikut, Item pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau apabila nilai r positif dan memiliki signifikansi kurang dari 0,05 ($sig < 0,05$), Item pernyataan dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau apabila nilai r negatif dan atau memiliki signifikansi lebih dari 0,05 ($sig > 0,05$) dan reliabilitas, uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 . data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung seperti angket atau kuesioner secara online <https://forms.gle/A1CJ58BuQ2uYK3FZ7> yang diperoleh dari pelanggan Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri, data sekunder mengacu pada data yang sudah terkumpul sebelumnya dari sumber tidak langsung seperti sumber tertulis milik pemerintah. Data sekunder ini menyangkut jurnal ilmiah. Teknik analisis data menggunakan asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi R^2 , dan pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut [13] uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji SPSS dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Maka dari itu data-data dari variabel tersebut dapat dikatakan normal. Untuk mendukung atau

membuktikan hasil uji normalitas grafik berdistribusi normal atau tidak maka penulis perlu melakukan uji dengan metode lainnya yaitu kolmogrov-smirnov. Berikut tabel kolmogrov-smirnov :

**Tabel 1. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,44070278
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,120
	Negative	-,068
Test Statistic		,120
Asymp. Sig. (2-tailed)		,148 ^c

Sumber : Data output SPSS 2023

Uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov-smirnov test menunjukkan bahwa data residual yang diolah adalah berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa sig. 2-tailed lebih besar dari $\alpha = 0,05$, artinya H_0 diterima sehingga hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk menguji Multikolinearitas, peneliti melihat dari tabel VIF pada SPSS sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

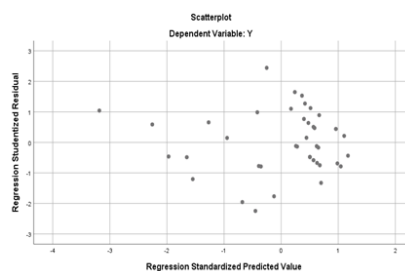
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.584	1.713
	Kualitas Pelayanan	.669	1.496
	Kualitas Produk	.508	1.968

Sumber : Data output spss, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki nilai tolerance sebesar lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu 1,713, 1,496, 1,968 yang artinya variabel-variabel tersebut tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi terdapat ketidaksamaan variance maupun residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data output SPSS 2023

Berdasarkan pada gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil dari SPSS versi 23.0 dapat ditunjukkan pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,688	1,89151

Sumber : Data output SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas di peroleh R Adjusted square sebesar 0,688 (68,8%) yang artinya bahwa kemampuan variabel citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk dalam penelitian ini mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 68,8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang dikaji dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas meliputi citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,993	2,933		-,338	,000		
Citra Merek	,202	,085	,278	2,379	,023	,584	1,713
Kualitas Pelayanan	,138	,059	,255	2,335	,025	,669	1,469
Kualitas Produk	,233	,064	,460	3,667	,001	,508	1,968

Sumber : Data output SPSS 2023

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$$Y = -0,993 + 0,202 X_1 + 0,138 X_2 + 0,233 X_3$$

Artinya :

- Nilai a yaitu -0,993 artinya apabila variabel citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk nilainya adalah 0 atau konstan, maka variabel Y (Kepuasan Pelanggan) memiliki nilai sebesar -0,993.
- Koefisien citra merek (X_1) = 0,202 berarti setiap penambahan (X_1) dengan asumsi (X_2) dan (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan menaikkan (Y) sebesar 0,202 kali.
- Koefisien kualitas pelayanan (X_2) = 0,138 berarti setiap pengurangan (X_2) dengan asumsi (X_1) dan (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan mengurangi (Y) sebesar 0,138.
- Koefisien kualitas produk (X_3) = 0,233 berarti setiap pengurangan (X_3) dengan asumsi (X_1) dan (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan mengurangi (Y) sebesar 0,233.

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu citra merek (X_1), kualitas pelayanan (X_2), kualitas produk (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. T-tabel dapat dicari pada tabel statistik dengan signifikan $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n - k - 1$ atau $40 - 3 - 1$

= 36. Maka didapat t-tabel sebesar 2,028. Jika thitung < ttabel H0 diterima, maka Ha ditolak. Sedangkan jika thitung > ttabel H0 ditolak, maka Ha diterima.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	-,993	2,933		-,338	,737
Citra Merek	,202	,085	,278	2,379	,023
Kualitas Pelayanan	,138	,059	,255	2,335	,025
Kualitas Produk	,233	,064	,460	3,667	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data output SPSS 2023

Berdasarkan hasil output yang diolah menggunakan SPSS 23.0 maka menghasilkan uji t sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil hitung variabel citra merek (X1) yaitu $0,0023 < 0,05$ dengan thitung $2,379 > ttabel$ 2,028 maka Ha diterima berarti H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan hasil hitung variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu $0,0025 > 0,05$ dengan thitung $2,335 > ttabel$ 2,028 maka Ha diterima berarti H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan hasil hitung variabel kualitas produk (X3) yaitu $0,0001 > 0,05$ dengan thitung $3,667 > ttabel$ 2,028 maka Ha diterima berarti H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F (Simultan)

Uji F berguna untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu citra merek (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kualitas produk (X3) secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Taraf signifikan menggunakan $\alpha = 5\%$ (0,05). F tabel dicari pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df = k - 1$ atau $4 - 1 = 3$ dan $df = n - k$ atau $40 - 3 = 37$. Maka dapat diperoleh Ftabel adalah 2,86. Apabila Fhitung > Ftabel maka H0 diterima maka Ha ditolak dengan signifikansi < 0,05. Sedangkan jika Fhitung < Ftabel maka H0 ditolak maka Ha diterima dengan signifikansi > 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319,099	3	106,366	29,730	,000 ^b
	Residual	128,801	36	3,578		
	Total	447,900	39			

Sumber : Data output SPSS 2023

Berdasarkan output data yang diolah menggunakan SPSS 23.0 dapat diketahui bahwa Fhitung $29,730 > 2,84$ Ftabel dengan diketahui signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari analisis citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dalam memberikan kepuasan pelanggan dapat dikatakan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden dari kondisi masing-masing variabel. Dari hasil tersebut terlihat bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Artinya citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel :

Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian ini hingga memperoleh hasil thitung sebesar 2,379 dimana lebih besar dari ttabel yaitu 2,028 berarti berpengaruh secara parsial. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,0023 yang mana lebih kecil dari 0,05 maka artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. artinya membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar. Artinya, jika Cafe Belikopi Bandar mempunyai ciri khas atau perbedaan dari pesaing lainnya, maka pelanggan juga akan merasa puas. Kesimpulan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh [14] yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [8] menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian ini hingga memperoleh hasil thitung sebesar 2,335 dimana lebih besar dari ttabel yaitu 2,028 berarti berpengaruh secara parsial. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,0025 yang mana lebih kecil dari 0,05 maka artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri. Artinya, kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi rasa puas pada pelanggan. Kesimpulan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh [6] yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian hasil penelitian oleh [2] menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian ini hingga memperoleh hasil thitung sebesar 3,667 dimana lebih besar dari ttabel yaitu 2,028 berarti berpengaruh secara parsial. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,0001 yang mana lebih kecil dari 0,05 maka artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri. Pada coffee shop dalam penyiapan bahan baku selalu memberikan yang fresh sehingga konsumen juga mampu menikmati kopi yang masih fresh dan segar karena kualitas produk yang baik mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen yang menikmatinya. Kesimpulan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh [9, 10, 15] yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri

Berdasarkan hasil pengujian F pada tabel 4.12 diperoleh nilai Fhitung sebesar 29,730 yang mana lebih besar dari Ftabel yaitu 2,86 maka artinya berpengaruh secara simultan. Sedangkan nilai signifikansinya yang diperoleh sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa secara simultan citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [3] dan [9] yang menyatakan bahwa seluruh variabel bebas yang diteliti terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, ada pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri, ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri, ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri, dan secara simultan citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut, bagi perusahaan yaitu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk mempertimbangkan manajemen toko terutama dalam segi citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk supaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagi peneliti lain yaitu diharapkan peneliti selanjutnya menambah variabel penelitian guna terjadinya pembaruan dan memperluas variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] D. Kurniawan, "Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai," *Voi.id*, 2019. .
- [2] M. Ibrahim dan S. M. Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis(JRMB) Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, hal. 175–182, 2019.
- [3] R. Bago, A. Sutardjo, dan M. D. Anggraini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang," *J. Matua*, vol. 4, no. 2, 2022.
- [4] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press. 2019.
- [5] R. Syamsidar dan E. Soliha, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian," *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. Vol.26, no. 2, 2019.
- [6] E. L. Kumrotin dan A. Susanti, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo," *J-MIND (Jurnal Manaj. Indones.*, vol. 6, no. 1, 2021, doi: 10.29103/j-mind.v6i1.4870.
- [7] A. Widya, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali," *J. Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, vol. 1, no. 2, 2021.
- [8] I. N. Azkya, Y. Ratnaningsih, Ramadhani, dan E. Saptono, "Membangun Loyalitas Pelanggan Kopi Melalui Citra Merek dan Kualitas Produk Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Di Masa Pandemi Covid-19," *J. Pelita Manaj.*, vol. 01, no. 01, 2022.
- [9] Y. P. Sauw Fa, R. Sardanto, dan D. K. Hadi, "Analisis Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen padda Coffee Shop Belikopi Kediri," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi Fak. Ekon. dan Bisnis UNP Kediri* , vol. 6, no. 1, 2021.
- [10] F. R. Poha, D. R. Karundeng, dan M. A. Suyanto, "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa)," *J. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 1, 2021, doi: 10.47668/pkwu.v10i1.336.
- [11] Adhari.I.Z., *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media. 2021
- [12] Tjiptono F., *Strategi Pemasran*. Yogyakarta: Erlangga, 2015.

-
- [13] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS IBM 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [14] N. Windari, H. C. Rakhmat, dan H. A. Arisman, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Kopi Lawas Tasikmalaya (Survei pada pelanggan Waroeng Kopi Lawas Tasikmalaya 2019)," *J. Hexagro*, vol. 3, no. 1, 2019, doi: 10.36423/hexagro.v3i1.302.
- [15] Rianata, V. N., & Sumantri, B. A. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Ditinjau dari Aspek Kualitas Produk, Harga dan Promosi pada Warung makan Prasmanan Mbak Erwin Kecamatan Grogol. *Simposium nasional manajemen dan bisnis (SIMANIS) dan Call for Paper*, 2, 375-384.