

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOMORO COFFEE CABANG JEMBATAN LIMA**Kamilah Pasha Nabita¹, Dewi Astuti²****Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika Jl. Kramat Raya No. 98, Senen, Jakarta Pusat****kamilahpashanabita@gmail.com , dewi.dwb@bsi.ac.id****Abstract**

*This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at Tomoro Coffee Jembatan Lima Branch, West Jakarta. The research method used is the quantitative statistical method. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to consumers of Tomoro Coffee Jembatan Lima Branch, West Jakarta with a sample of 100 respondents. Data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (*t* tests), simultaneous tests (*F* tests), and determination coefficient tests using the SPSS version 26 program. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction with a calculated *t* value of 16.797 and a significance value of 0.001. Service quality also had a positive and significant effect on consumer satisfaction with a calculated *t* value of 11.591 and a significance value of 0.001. Simultaneously, product quality and service quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction with a calculated *F* value of 164.797 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) value of 0.773 shows that product quality and service quality are able to explain the influence on consumer satisfaction by 77.3%, while the remaining 22.7% is influenced by other variables outside the research.*

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Tomoro Coffee Cabang Jembatan Lima Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif Statistik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Tomoro Coffee Cabang Jembatan Lima Jakarta Barat dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji *t*), uji simultan (uji *F*), dan uji koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *t* hitung sebesar 16,797 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *t* hitung sebesar 11,591 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *F* hitung sebesar 164,797 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 77,3%,

Article history

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

sedangkan sisanya sebesar 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

1. Pendahuluan

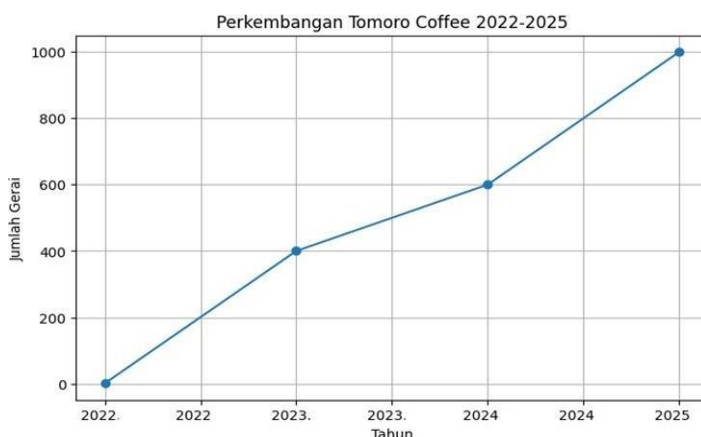
Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing guna mempertahankan eksistensinya di pasar. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan adalah kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk menjadi elemen utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian karena kualitas mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. (Pratama Y, 2021)

Tomoro Coffee adalah penggunaan mesin kopi otomatis yang mampu memproduksi 400 - 550 gelas kopi perhari. Mereka juga dikenal karena strategi promosi secara daring, dengan peluncuran aplikasi untuk membantu pelanggan dalam pemesanan. Alih-alih waralaba, Tomoro Coffee menggunakan sistem kemitraan untuk dapat mengembangkan usaha mereka. Tomoro Coffee menjual arabica sebagai andalan mereka. Terdapat beberapa varian kopi yang ditawarkan, termasuk kopi susu gula aren, kopi pandan, kopi kelapa, dan frappe. Selain itu, perusahaan ini juga menjual produk non-kopi seperti lemon tea, coklat, matcha, roti gulung dan kue kering seperti *croissant*.

Tabel 1 Jumlah Gerai Gelas Kopi dan Gerai Mancanegara

1.	Jumlah Gerai	600 Gerai
2.	Jumlah Gelas Kopi	30juta/tahun
3.	Gerai Mancanegara	3 negara (singapura, tiongkok, dan filipina)

Sumber: <https://www.tomoro-coffee.id>



Gambar 1 Grafik Perkembangan Gerai

Sumber : <https://www.tomoro-coffee.id>

Kualitas produk merupakan senjata utama bagi perusahaan untuk memenangkan hati konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam industri kopi, kualitas produk mencakup berbagai dimensi seperti rasa (*flavor*), aroma, suhu penyajian, hingga kemasan (*packaging*). Tomoro Coffee yang mengklaim menggunakan biji kopi pilihan harus mampu membuktikan klaim tersebut melalui konsistensi rasa di setiap cangkirnya.

Kualitas pelayanan tidak kalah penting. Dalam konteks industri kopi, pelayanan mencakup proses penyampaian jasa yang menyentuh ekspektasi emosional konsumen (Felicia Natalie Zalikhu, 2025). Pelayanan yang ramah, cepat, dan personal menciptakan citra positif sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik ini sangat baik untuk jangka panjang perusahaan. Berdasarkan (Chandra Susanto P, 2024) menekankan bahwa pelayanan berkualitas harus memenuhi standar yang diharapkan pelanggan, dan ini terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan (Yanto Hermawan, 2021))

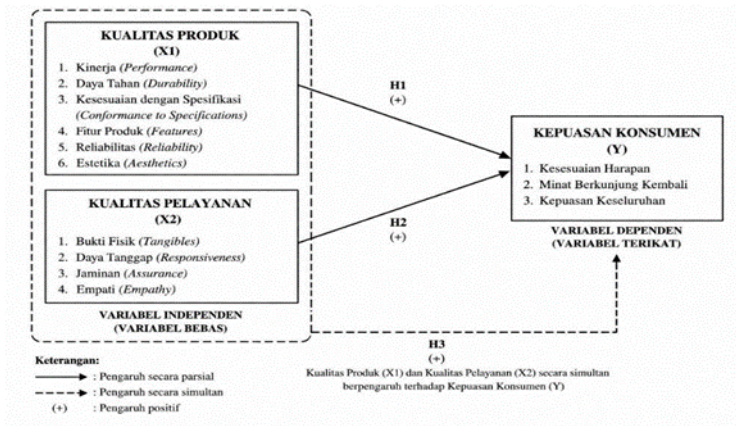
Kepuasan pelanggan, menurut (Zebath Mega Hutabarat, 2022) tercipta ketika manfaat produk melebihi ekspektasi konsumen. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan realisasi produk akan menimbulkan kekecewaan. Proses ini melibatkan serangkaian tahap, dari mengidentifikasi kebutuhan hingga mengevaluasi alternatif, akhirnya membuat keputusan untuk membeli produk. Faktor-faktor seperti, harga, kualitas, promosi, dan pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan (Primadi Candra Susanto^{1*}, 2021b) juga membuktikan secara empiris bahwa kualitas produk dan pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Dalam praktiknya, Tomoro Coffee menghadapi persaingan bisnis coffee shop yang semakin ketat serta adanya beberapa permasalahan seperti konsistensi rasa produk, kecepatan pelayanan, dan pelayanan karyawan yang belum sepenuhnya sesuai harapan konsumen. Oleh karena itu, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan kepada konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur. Kualitas pelayanan dan harga diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap peningkatan kepuasan konsumen.



Gambar 2 Kerangka Berpikir

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. H1 : Kualitas Produk (X1) → Kepuasan Konsumen (Y)
2. H2 : Kualitas Pelayanan (X2) → Kepuasan Konsumen (Y)
3. H3 : Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) → Kepuasan Konsumen (Y)

Hipotesis penelitian:

Hipotesis penelitian ini merupakan dugaan awal tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yang disusun berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir sebelumnya. Hipotesis ini nantinya akan diuji melalui proses pengumpulan data dan analisis secara menyeluruh. Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
 H_{01} : Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tomoro Coffee Cabang Jembatan Lima Jakarta Barat.
 $H1$: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tomoro Coffee Cabang Jembatan Lima Jakarta Barat.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
 H_{02} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.
 $H2$: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
 H_{03} : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.
 $H3$: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan menguji pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui analisis statistik. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data serta analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Karyawan et al., 2025).

Penelitian dilaksanakan di Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima. Populasi penelitian selama periode tiga bulan berjumlah 30.000 pelanggan. Populasi merupakan

keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik ini dipilih agar sampel yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi secara objektif.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan berbagai literatur yang relevan dengan penelitian.

1. Observasi, dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pelanggan di Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.
2. Kuesioner, digunakan sebagai instrumen utama penelitian dengan skala Likert lima tingkat. Instrumen disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian sehingga mampu mengukur persepsi responden secara objektif.

Tabel 2 Skala Likert

Jawaban Responden	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2018)

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics Version 27. Tahapan analisis meliputi uji kualitas data yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi sumber data penelitian

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,197. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	P1	0,567	0,197	Valid
	P2	0,570	0,197	Valid
	P3	0,286	0,197	Valid
	P4	0,442	0,197	Valid
	P5	0,379	0,197	Valid
	P6	0,465	0,197	Valid
	P7	0,488	0,197	Valid
	P8	0,608	0,197	Valid
	P9	0,463	0,197	Valid
	P10	0,433	0,197	Valid
	P11	0,368	0,197	Valid
	P12	0,562	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	P13	0,639	0,197	Valid
	P14	0,522	0,197	Valid
	P15	0,576	0,197	Valid
	P16	0,539	0,197	Valid
	P17	0,666	0,197	Valid
	P18	0,585	0,197	Valid
	P19	0,630	0,197	Valid
	P20	0,491	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
----------	------	----------	---------	------------

	P21	0,475	0,197	Valid
	P22	0,305	0,197	Valid
	P23	0,489	0,197	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	P24	0,456	0,197	Valid
	P25	0,563	0,197	Valid
	P26	0,480	0,197	Valid
	P27	0,392	0,197	Valid
	P28	0,435	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,197. Dengan demikian seluruh item kuesioner dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,683	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,718	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,450	0,60	Tidak Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,683, variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,718, sedangkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,450.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

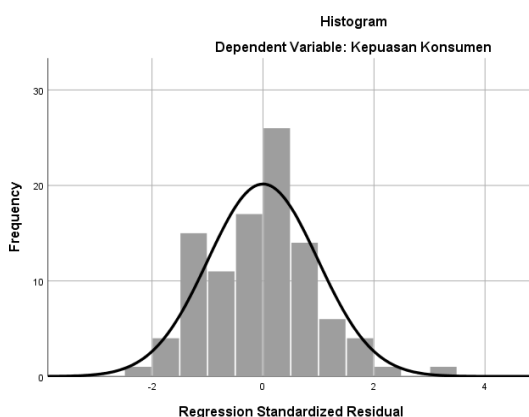
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, Normal P-P Plot, dan Histogram.

Tabel 7 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.97460846
Most Extreme Differences	Absolute		.077
	Positive		.077
	Negative		-.066
Test Statistic			.077
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.152 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.057
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.051
		Upper Bound	.063
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

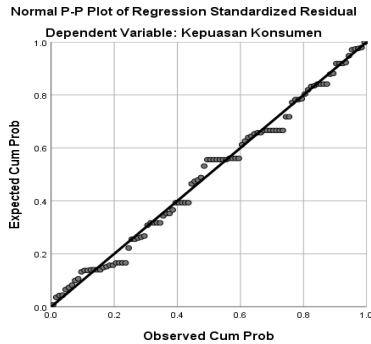
Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Uji statistik menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan data dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,152 > 0,05$. residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 3 Hasil Uji Histogram

Penyebaran data tampak berada pada bagian tengah dan tidak menunjukkan kemencengan yang terlalu jauh ke arah kiri maupun kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data residual memiliki distribusi yang mendekati normal.

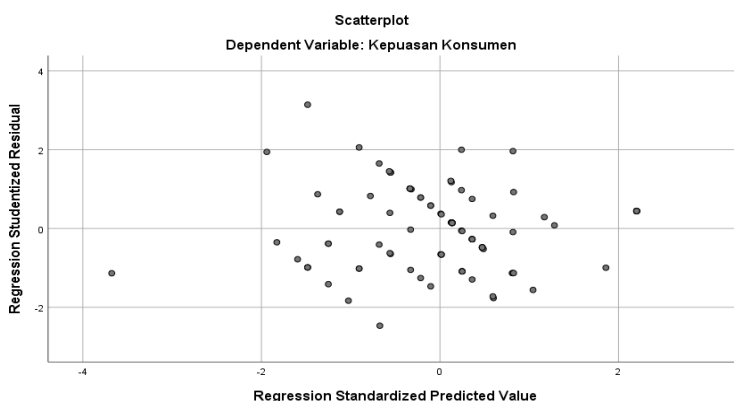


Gambar 4 Hasil Uji P-Plot

Hasil pengujian menggunakan grafik Normal Probability Plot (P-P Plot) menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar dan mengikuti garis diagonal. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, namun secara keseluruhan titik-titik tersebut tetap berada di sekitar garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Scatterplot antara nilai ZPRED dan SRESID.



Gambar 5 Hasil Uji Scatterplot

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui adanya hubungan antarvariabel independen. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandard ized Coefficien ts	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinear ity Statisti cs

		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	6.474	1.616		4.005	.000		
	Kualitas Produk	.417	.046	.665	9.106	.000	.440	2.273
	Kualitas Pelayanan	.202	.056	.263	3.602	.000	.440	2.273
a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen								

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,440 ($>0,10$) serta nilai VIF sebesar 2.273 (<10). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk memastikan secara statistik apakah dugaan atau pernyataan sementara (hipotesis) yang telah dirumuskan sebelumnya dapat dibuktikan kebenarannya bersumber informasi yang didapatkan dari observasi lapangan.

Uji t (Parsial)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 9 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.052	1.704		4.139	.000
	Kualitas Produk	.540	.032	.862	16.797	.000
	Kualitas Pelayanan	.585	.050	.760	11.591	.000
a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil uji parsial variabel kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memperoleh nilai t hitung sebesar 16,797, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.524	2	159.762	164.797	.000 ^b
	Residual	94.036	97	.969		
	Total	413.560	99			
a. Dependent Variabel: Kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 164,797 sedangkan F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen.

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (simultan)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.879 ^a	.773	.768	.985	2.370
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,773 atau 77,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 77,3%, sedangkan sisanya sebesar 22,7% merupakan variasi kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima.

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.474	1.616		4,005	.000

Kualitas Produk	.417	.046	.665	9.106	.000
Kualitas Pelayanan	.202	.056	.263	3.602	.000

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 6,474 + 0,471X_1 + 0,202X_2$

1. Nilai konstanta sebesar 6,474 menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen sebesar 6,474
2. Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,417 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kualitas Produk akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,202 satuan.
3. Koefisien regresi Pelayanan sebesar 0,202 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,417 satuan.
4. Nilai koefisien Kualitas Produk lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan, sehingga Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Kepuasan konsumen.

Pembahasan hasil penelitian

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 16,797 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan kualitas produk yang diberikan kepada pegawai, maka semakin tinggi pula tingkat kinerja yang dihasilkan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Hermawan dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 11,591 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hendratmoko, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 164,797 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,773, yang berarti bahwa 77,3% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan 22,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

5. Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $16,797 > t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Tomoro Coffee cabang Jembatan Lima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $11,591 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin sesuai kualitas pelayanan dengan harapan konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $164,797 > F$ tabel $3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar $0,773$ atau $77,3\%$ menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar $77,3\%$, sedangkan $22,7\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi Rahmat C, N. Y. (2023). Jurnal Informatika Dan RekaPenerapan Metode Regresi Linier Berganda Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Komputer* , 2808-5469.
- [2] Aditya Ahmad Maulana, H. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. *Journal of Management and Creative Business*, 108-118.
- [3] Amelia C, R. D. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Produksi Jahe Di Indonesia Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan* , 2240-2580.
- [4] Andriani L, A. R. (2025). Pricing Strategy And Value Based Marketing: Strategi Harga Dan Persepsi Nilai Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 1108-1113.
- [5] Anggraini, A. V. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6491-6504.
- [6] Aulia N, G. P. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INDEKS
a. HARGA KONSUMEN. *Jurnal Khazanah*.
- [7] Cynthia V, A. R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 712-721.
- [8] Esi Rosita, W. H. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas KUESIONER
a. PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 279.
- [9] Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi.
a. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 85-114.

- [10] Fishabil. (2021). FAKTOR - FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN. *JURNAL AKUNTANSI, PERPAJAKAN DAN AUDITING*, 679-694.
- [11] Gracia M, N. S. (2022). Kualitas Pelayanan Memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* , 65-78.
- [12] Gratia Momonto F, K. P. (2025). Fenomena Viral Kopi Jago dan Kopi Tuku di Kalangan Pekerja Kantoran Menggunakan Metode Grounded Theory. 28209-28219.
- [13] Heni Julaika Putri, S. M. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 13074-13086.
- [14] Jailani, M. J. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 26320-26332.
- [15] Khan M, B. E. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Kopi Tuku Harapan Indah. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Ilmu Manajemen*, 193-200.
- [16] Maurice A, E. V. (2024). Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier pada Perhitungan Menggunakan Laporan Keuangan di Sektor Telekomunikasi Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 107-118.
- [17] Murtiningsih E, S. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 34-43.
- [18] Muthahharah I, F. I. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa di STKIP Pembangunan. *Jurnal Matematika dan Statistika*, 54-60.
- [19] Naufal, D. P. (2025). A Theoretical Study of Multicollinearity and Linearity in Econometric Models for Economic Research. *Jurnal Ekonomi Balance*, 1858-2192.
- [20] Nugroho, F. A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi indeks harga pangan di Indonesia tahun 2000-2023. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 1-9.
- [21] Nugroho, S. &. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan (Servqual) Pada Sultan Trip Holidays Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 27056-27066.
- [22] Nur Fadilah Amin, S. G. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL

- a. DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2776-3005.
- [23] Nurani N, S. N. (2025). ANALISIS FAKTOR PELAYANAN MASYARAKAT PADA ORGANISASI PERANGKAT DAERAH KOTA SURAKARTA
a. DENGAN MULTIPLE LINEAR REGRESSION. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 719-733.
- [24] Prasetio L, A. S. (2025). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Fuzzy Servqual. *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, 2808-5450.
- [25] Pristiria R, K. K. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Perspektif*, 533-546.
- [26] Rakhmah. (2025). PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DENGAN METODE SERVQUAL SIX SIGMA DI KANTOR DINAS PARIWISATA
a. KABUPATEN PASURUAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 452-463.
- [27] Ramadanty N, R. T. (2025). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP BRAND AWARENESS KOPI TUKU.
a. *Jurnal Maneksi*, 1342-1351.
- [28] Septi Setyaningsih, N. Z. (2025). Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Tuku : Studi Akuntansi Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 111-127.
- [29] Sibarani Y, H. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. 87-99.
- [30] Siti Romdona, S. S. (2024). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, 39-47.
- [31] Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Journal of Education Research*, 5599-5609.