

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Louis Cafe Depok

Bunga Herlambang<sup>1)</sup>, Anjar Dwi Astono<sup>2)</sup>

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta 13210

<sup>1)</sup>Email: 2018103845@student.kalbis.ac.id

<sup>2)</sup>Email: L12179@lecturer.kalbis.ac.id

**Abstract:** *The purpose of this research, to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at Louis Cafe Depok. This research was conducted from February to June 2022 with the amount of data from the research instrument via Google Form as many as 110 respondents. The sampling technique in this study used non-random sampling with purposive sampling method. The result of this study indicates that there is no symptom of heteroscedasticity in the service quality and product quality variable so linear regression is effective to show the result that service quality has a significant effect on customer satisfaction, product quality has a significant effect on customer satisfaction, service quality and product quality has a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *service quality, product quality, customer satisfaction*

**Abstrak:** *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang berada di Louis Cafe Depok. Penelitian ini dilakukan dari Februari sampai Juni 2022 dengan jumlah data dari instrumen penelitian melalui Google Form sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-random sampling dengan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga regresi linier efektif untuk menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.*

**Kata Kunci :** *kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi nasional di Indonesia sangat ditopang oleh industri kreatif. Pada tahun 2014 pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,02%. Saat ini tren pertumbuhan PDB di subsektor industri kreatif adalah sebesar 2,7% pada subsektor arsitektur; 2,4% pada subsektor desain; 2,6% pada subsektor fesyen; 5,9% pada subsektor film, video dan fotografi; 5,5% pada subsektor kerajinan; 12,5% pada subsektor layanan komputer dan piranti lunak; 0,6% pada subsektor musik; 3,9% pada subsektor pasar dan barang

seni; 0,2% pada subsektor penerbitan dan percetakan; 12% pada subsektor periklanan; 14,9% pada subsektor permainan interaktif; 7,2% pada subsektor riset dan pengembangan; 6,6% pada subsektor seni pertunjukan; dan 6% pada subsektor televisi dan radio (Tabloid Diplomasi, 2014, p. 1).

Sisi kreativitas merupakan keunggulan dari industri kreatif guna menciptakan dan menghasilkan berbagai macam bentuk desain kreatif yang sangat melekat pada produk barang atau jasa

(Howkins, 2001, p. 116). Dalam perkembangannya dunia ekonomi dan bisnis yang telah mengalami perubahan secara perlahan, yaitu dari paradigma basis sumber daya menjadi paradigma yang berbasis ide dan kreatifitas.

Salah satu alasan sektor usaha kuliner atau food & beverage menjadi sektor yang unggul adalah karena sektor ini telah memanfaatkan teknologi untuk menunjang perkembangan bisnisnya. Ada beberapa faktor eksternal yang membuat bisnis sektor food & beverage sangat diapresiasi pelaku bisnis dalam negeri maupun pelaku bisnis asing. Pertama, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 telah mencapai 269 juta jiwa. Kedua, karena Indonesia merupakan negara yang berkembang maka memiliki karakter penduduk yang bersifat consumer (suka membelanjakan uang) menjadi alasan mengapa bisnis food & beverage di Indonesia berpotensi untuk terus naik.

Tren perkembangan industri food & beverage juga membuat para pelaku usaha bisnis bidang ini bersaing untuk merancang suatu konsep yang menarik dan mengembangkan usahanya melalui strategi branding dan service yang mencolok dengan tujuan menunjukkan ciri khas bisnis mereka agar menciptakan keunikan, mengundang daya tarik konsumen serta memenuhi ekspektasi konsumen akan suatu brand. Menurut Thompson et al. (2010, p. 3) Langkah kompetitif dan pendekatan bisnis menjadi konsep inti dari strategi perusahaan yang digunakan para manajer untuk menciptakan dan mengembangkan bisnis, menarik dan memuaskan customer, unggul didalam persaingan, pengoperasian, dan mengapai level performance yang telah dirancang dan ditargetkan.

Louis Cafe merupakan kafe di Depok yang beralamat di Jl. Mawar No.22 Pancoran Mas, Depok yang berdiri sejak 2019, nuansa eropa klasik menjadi ciri

khas dari kafe ini. Louis Cafe berdiri dari hasil sebuah pemikiran sekelompok individu yang memang menyukai tempat untuk bersantai dan juga kecintaannya terhadap kopi. Harapannya, Louis Cafe ingin menjadi suatu tempat yang nyaman dan tempat dimana semua orang bisa bersantai sambil menyeruput secangkir kopi ditemani oleh kerabat, teman atau sanak saudara lainnya. Pada awalnya, Louis sendiri sangat idealis dengan konsep coffee shop, namun akibat demand dari konsumen yang menginginkan adanya menu makanan berat maka Louis perlahan menyediakan beberapa jenis menu makanan dan minuman yang kini menjadi banyak variannya dan beralih menjadi konsep kafe.

Meskipun Louis Cafe bernuansa eropa, namun pada produk makanannya Louis Cafe memilih untuk menghadirkan beberapa variasi makanan Indonesia seperti Nasi Goreng Kampung, Nasi Goreng Ikan Teri, Ayam Goreng Serundeng, Pisang Goreng, Nasi Bakar dan Karaage Rice Bowl dengan varian rasa sambal khas Indonesia seperti saus Rendang, Sambal Matah, Balado dan Bumbu Bali.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan belum adanya penelitian sebelumnya dengan objek Louis Cafe Depok, maka peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe Depok. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Louis Cafe Depok".

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Ester (2017, p. 2) kualitas pelayanan artinya adalah tingkat bagusnya pelayanan yang diberikan sehingga selaras dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Artinya kemampuan perusahaan menentukan

kualitas pelayanan dalam menyesuaikan kebutuhan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Martiana (2019, p. 3) menjelaskan bahwa kualitas merupakan karakter daya dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan sesuai dengan yang telah ditentukan. Kualitas pelayanan adalah faktor penentu dalam suatu institusi atau perusahaan dalam mempertahankan konsumennya. Pelayanan yang dianggap dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya dapat berdampak sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang yang berdampak bagi peningkatan penjualan suatu perusahaan atau institusi. Susanti (2021, p. 1) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan alternatif yang ditentukan untuk membuktikan kepuasan konsumen yang direalisasikan perusahaan.

Berdasarkan pendapat-pendapat kualitas pelayanan diatas maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan harapan konsumen dapat terkesan dan puas terhadap apa yang diberikan oleh suatu perusahaan atau institusi.

Menurut Evi (2021, p. 1) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

#### 1. Reliability (kehandalan)

Merupakan suatu langkah yang diambil untuk konsumen yang dinyatakan dalam kemampuan. Konsumen mengharapkan kinerja yang diartikan pelayanan yang sempurna, tepat dan sikap yang simpatik terhadap konsumen.

#### 2. Responsiveness (daya tanggap)

Artinya adalah pada saat perusahaan memberi pelayanan memiliki kesan yang responsif kepada konsumen dengan cara yang informatif sehingga konsumen tidak perlu menunggu tanpa ada alasan jelas.

#### 3. Assurance (jaminan)

Merupakan kesan sopan santun dan berpengetahuan untuk mengutamakan suatu kepastian para staf untuk membangun rasa percaya kepada konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

#### 4. Empathy (empati)

Artinya adalah suatu perasaan yang digunakan untuk memahami apa yang diinginkan konsumen dengan memiliki rasa tulus dan perhatian. Yang harapannya dengan memiliki pengetahuan dan pengertian tentang kebutuhan konsumen, konsumen dapat merasa nyaman terhadap suatu perusahaan.

#### 5. Tangibles (bukti fisik)

Pihak dari luar perusahaan yang ditujukan kepada perusahaan yang mempunyai kemampuan eksistensi. Dapat dilihat sebagai bukti nyata bahwa pelayanan yang perusahaan beri merupakan sarana dan prasarana dari sebuah penampilan dan keadaan disekitar lingkungannya.

### **Kualitas Produk**

Menurut Lily (2021, p. 71) pengertian kualitas adalah keselarasan antara standar yang telah ditetapkan, kemudian tuntutan dari kualitas, meningkat lagi menjadi keselarasan dengan penggunaan dalam arti yang meskipun sudah sesuai dengan standar namun pada akhirnya yang akan dinilai adalah dapat digunakan atau tidaknya produk tersebut. Sedangkan menurut Evi (2021, p. 3) kualitas produk adalah harapan konsumen akan suatu produk yang bersifat sementara atau berubah-ubah. Kualitas produk juga sebagaimana kemampuan atau kinerja suatu produk dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsi semestinya. Pengertian kualitas produk lainnya menurut Siti (2019, p. 2) adalah hal-hal yang

dipertimbangkan sebelum membeli suatu produk oleh sebab itu perusahaan harus memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Dari pengertian kualitas produk yang para ahli katakan maka diartikan kualitas produk adalah nilai yang sesuai antara harga dengan mutu yang dimiliki oleh produk barang ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen.

Evi (2021, p. 3) menyebutkan bahwa penyedia jasa atau produk harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu dari kualitas produk guna menjaga keunggulan persaingan di pasar. Faktor tersebut terdiri dari:

1. Performance (kinerja)
2. Durability (daya tahan)
3. Conformance to specification (sesuaian dengan spesifikasi)
4. Features (keistimewaan)
5. Reliability (reliabilitas)
6. Aesthetics (estetika)
7. Perceived Quality (kesan kualitas)

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Rina (2019, p. 3) kepuasan merupakan hasil kinerja dari suatu produk atau jasa yang membuat pelanggan merasa puas atau kecewa. Menurut Ayu (2020, p. 1) menjelaskan kepuasan konsumen adalah seberapa jauh anggapan pembeli akan kinerja suatu produk. Konsumen akan merasa puas jika kinerja atau nilai suatu produk atau jasa sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan pelanggan pengukuran kesenangan pelanggan sebagai pengguna suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang diterima. Menurut Rina (2019, p. 3) yang berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah merupakan suatu evaluasi penuh, apabila kepuasan konsumen tercapai maka akan menciptakan loyalitas dari konsumen, oleh sebab itu kepuasan konsumen adalah

hal yang penting dari perusahaan. Kepuasan konsumen akan memberi manfaat untuk suatu perusahaan atau institusi, dengan mengusahakan memberi kepuasan kepada konsumen maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang akan suatu barang atau jasa dari suatu perusahaan.

Pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat kesenangan atau kekecewaan individu atau kelompok setelah menggunakan atau menikmati produk yang ia beli dari suatu perusahaan.

Terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen yang harus menjadi pusat perhatian bagi perusahaan, yaitu :

#### **1. Mutu Produk**

Konsumen akan selalu memilih menggunakan produk berkualitas dengan bertujuan untuk merasa puas dengan apa yang ia pilih.

#### **2. Kualitas Pelayanan**

Faktor kualitas pelayanan adalah hal terpenting untuk perusahaan yang menawarkan produk berupa jasa. Apabila pelayanan sesuai harapan dan memuaskan hati konsumen maka pelayanan yang telah diberikan baik.

#### **3. Harga**

Produk suatu perusahaan memiliki kualitas yang sama namun menawarkan harga yang lebih murah pasti akan memberi kesan yang lebih tinggi bagi konsumen.

#### **4. Biaya**

Biaya tambahan tidak perlu konsumen keluarkan untuk mendapatkan kepuasan yang lebih dari suatu produk.

#### **5. Emosional**

Konsumen merasa bangga apabila mendapatkan pengakuan dari orang lain

akan produk dengan merek tertentu yang mereka beli dari suatu perusahaan, hal ini membuat konsumen cenderung merasa puas.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Alvin (2020, p. 5) hasil penelitiannya menghasilkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Hasil yang sama juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Utami (2019, p. 4) menghasilkan Kualitas Pelayanan berjalan simultan dengan. Baik terhadap Kepuasan Konsumen dan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Febe (2017, p. 3) hasil penelitiannya pada uji regresi linear sederhana menghasilkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.**

Menurut penelitian oleh Jessica (2018, p. 2) menurut hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Slamet (2021) juga menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Hal ini dipertegas oleh Rizal (2019, p. 3) pada penelitiannya yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk merupakan faktor yang dominan yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

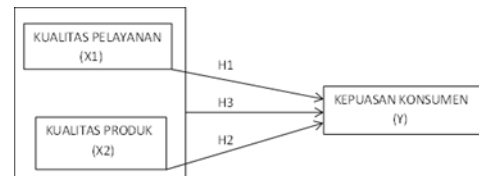
**H2: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Alim (2019, p. 182) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Menurut

penelitian yang dilakukan oleh Sheli (2019, p. 3) hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, hal ini dipertegas melalui hasil koefisien determinasi pada penelitiannya yang menghasilkan nilai 17,2% pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Sedangkan 82,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Menurut hasil penelitian Iis Maulidah (2019, p. 12) menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 79,9%.

**H3: Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.**

Berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dan digunakan dalam penelitian ini, maka konsep pemikiran dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1 Model Konseptual Penelitian

**II. METODE PENELITIAN**

1. Unit Analisis

Menurut Solimun (2018, p. 1) unit analisis merupakan satuan yang dipakai untuk menjadi dasar proses perhitungan atau analisis statistika, yang berarti variasi antar satuan ini yang menjadi penentu signifikansi atau tidaknya, kuat-lemahnya hubungan dan arah hubungan (negatif-positif) antar variabel. Unit Analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan Louis Café Depok

## 2. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data:

### a. Data Primer

Sumber data yang langsung diterima atau diberikan kepada pengumpul data merupakan data primer (Sugiyono, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar

### b. Data Sekunder

Berbeda dengan data data primer, data yang diterima tidak langsung melainkan melewati perantara/orang lain atau objek lainnya yang tidak langsung menuju kepada pengumpul data merupakan data sekunder (Sugiyono, 2013). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan buku-buku literatur, jurnal, artikel atau referensi yang dapat digunakan sebagai landasan teori dan juga yang dapat mendukung penelitian ini.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Dengan tujuan melancarkan proses penyusunan penelitian ini, maka peneliti menerapkan dua metode pengumpulan data, yang terdiri dari :

### a. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi pustaka untuk mencari informasi dan data-data yang bersumber dari buku literatur, artikel, dan jurnal penelitian yang sesuai dengan penelitian ini.

### b. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data-data dari pertanyaan-pertanyaan yang peneliti berikan kepada responden menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner disebar secara

langsung menggunakan Google Form dengan menggunakan skala likert dengan bobot yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bobot	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

## 4. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Kristanto (2018, p. 2) populasi adalah area yang terdiri dari kualitas dan karakter yang ditentukan oleh peneliti yang kemudian didalami dan diambil. kesimpulannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2018, p. 45) populasi adalah area yang terdiri atas subjek dan objek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian yang akan diselidiki dan diambil kesimpulannya. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah para konsumen Louis Cafe Depok yang jumlahnya tidak diketahui..

### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018, p. 45) sampel merupakan bagian komponen dari jumlah dan ciri khas yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel penelitian ini adalah konsumen Louis Cafe Depok yang berusia 15 sampai >37 tahun.

## 5. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak dipilih acak atau non random sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu karena sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen

yang pernah mengunjungi Louis Cafe Depok. Menurut Sugiyono (2018, p. 46) ukuran sampel yang pantas digunakan dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500. Peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus teori Hair. Rumus

$N = 5 \times$  variabel operasional penelitian

Keterangan:

$N =$  Ukuran Sample Minimal

$N = 5 \times 22$  indikator

$N = 110$  responden

Maka, total dari jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 110 responden konsumen. Louis Cafe Depok.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, setelah kuesioner diisi dan dikembalikan akan melalui berbagai uji seperti:

a. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Normalitas

c. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji F.

d. Analisis Mean

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil

##### 1. Uji Kualitas Data

###### a. Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Variabel X1

Indikator	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X1.1	0,888	0,361	Valid
X1.2	0,896	0,361	Valid
X1.3	0,891	0,361	Valid
X1.4	0,890	0,361	Valid
X1.5	0,913	0,361	Valid

Dari hasil data yang tertulis pada tabel 1, validitas variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah valid karena menyatakan nilai rhitung > 0,361 maka instrumen penelitian layak dipakai untuk main-test.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel X2

Indikator	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X2.1	0,820	0,361	Valid
X2.2	0,776	0,361	Valid
X2.3	0,778	0,361	Valid
X2.4	0,857	0,361	Valid
X2.5	0,882	0,361	Valid
X2.6	0,906	0,361	Valid
X2.7	0,733	0,361	Valid
X2.8	0,803	0,361	Valid
X2.9	0,868	0,361	Valid
X2.10	0,763	0,361	Valid

Dari hasil data yang tertulis pada tabel 2, validitas variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah valid karena menyatakan nilai rhitung > 0,361 maka instrumen penelitian layak dipakai untuk main-test.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Y

Indikator	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Y.1	0,855	0,361	Valid
Y.2	0,935	0,361	Valid
Y.3	0,879	0,361	Valid
Y.4	0,818	0,361	Valid
Y.5	0,915	0,361	Valid
Y.6	0,717	0,361	Valid
Y.7	0,843	0,361	Valid

Dari hasil data yang tertulis pada tabel 3, validitas variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah valid karena menyatakan nilai rhitung > 0,361 maka instrumen penelitian layak dipakai untuk main-test.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N. of Items	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,933	5	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,943	10	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,933	7	Reliabel

Berdasarkan tabel 5, nilai cronbach's alpha yang didapatkan dari variabel brand image adalah sebesar , brand trust sebesar, loyalitas sebesar dan keputusan pembelian sebesar nilai ini cukup bagus dan tergolong sangat kuat karena didapati lebih besar dari nilai koefisien alpha (0.60), sehingga dapat disimpulkan dari semua pernyataan yang terlampir pada kuesioner teruji bahwa semuanya bersifat reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Deskripsi Profil Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 5 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	50	45%
Perempuan	60	55%
Jumlah	110	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa.responden dengan jenis kelamin “perempuan” dengan jumlah 60 responden atau sebanyak 55% lebih mendominasi dari pada responden “laki-laki” dengan.jumlah responden 50 atau sebanyak 45%. Maka hal ini menjelaskan kondisi konsumen Louis Cafe Depok didominasi oleh konsumen perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 6 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
15-20 Tahun	16	15%
21-26 Tahun	63	57%
27-32 Tahun	25	23%
33-38 Tahun	3	3%
>39 tahun	3	3%
Jumlah	110	100%

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa responden.dengan usia 15-20 tahun. berjumlah 16 responden atau sebanyak 15% , responden dengan usia 21-26 tahun berjumlah 63 responden.atau sebanyak 57%. Selanjutnya responden dengan usia 27-32 tahun berjumlah 25 responden atau sebanyak 23% dan responden dengan usia 33-38 tahun berjumlah 3 responden atau.sebanyak 3% , jumlah yang sama juga dimiliki oleh responden yang berusia >39 tahun yaitu sebanyak 3 responden atau sebanyak 3% . Maka hal ini menjelaskan bahwa konsumen Louis Cafe Depok didominasi oleh konsumen yang berusia 21-26 tahun.



c. Domisili Responden

Tabel 7 Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Persentase
Jakarta	13	12%
Bogor	11	10%
Depok	82	75%
Tangerang	2	2%
Bekasi	2	2%
<b>Jumlah</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Dari data tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berasal dari Jakarta adalah sebanyak 13 responden atau 12% . Responden yang berasal dari kota Bogor sebanyak 11 responden atau 10%. Responden yang berasal dari kota Depok mendominasi jumlah responden yang ada yaitu sebanyak 82 responden atau 75% . Responden yang berasal dari Tangerang sebanyak 2 responden atau 2% dan responden yang berasal dari Bekasi juga memiliki jumlah yang sama yaitu sebanyak 2 responden atau 2% . Maka hal ini menjelaskan bahwa konsumen Louis Café Depok didominasi oleh konsumen yang berdomisili dari kota Depok sendiri.

d. Profesi Responden

Tabel 8 Profesi Responden

Profesi	Jumlah	Persentase
Pelajar	31	28%
Karyawan	71	65%
Wiraswasta	4	4%
Ibu Rumah Tanga	4	4%
<b>Jumlah</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden dengan status profesi “pelajar” berjumlah 31 responden atau sebanyak 28% dan responden dengan profesi “karyawan” mendominasi jumlah responden yang ada yaitu berjumlah 71 responden atau sebanyak 65% . Selanjutnya responden dengan profesi

“wiraswasta” berjumlah 4 responden.atau sebanyak 4% dan responden dengan profesi “ibu rumah tangga” memiliki jumlah yang sama yaitu 4 responden atau sebanyak 4%. Maka hal ini dapat menjelaskan bahwa konsumen Louis Cafe Depok didominasi oleh konsumen dengan profesi karyawan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,24521041
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,062
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Dari hasil data yang ditunjukkan pada Tabel 4.13, menyatakan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) menghasilkan angka 0,200. Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah nilai residual dari penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 10 Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error				
1	(Constant)	6,252	2,154		2,903	,004	
	Kualitas_Pelayanan	,215	,060	,246	3,590	,001	,884
	Kualitas_Produk	,453	,050	,625	9,121	,000	,884

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, hasil penelitian menunjukkan bahwa angka tolerance value kedua variabel independen lebih

besar dari > 0,1 yaitu sebesar 0,884 dan angka VIF < 10, yaitu sebesar 1,131. Maka dapat disimpulkan pada uji ini tidak terdapat ciri-ciri multikolinieritas antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebagai variabel independen terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,449	1,895		2,347	,021
	Kualitas Pelayanan	-,097	,053	-,183	-1,836	,063
	Kualitas Produk	-,045	,044	-,102	-1,023	,309

a. Dependent Variable: LnRes\_2

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Park, hasil penelitian menunjukkan angka signifikansi kualitas.pelayanan sebesar 0,069 dan kualitas.produk sebesar 0,309. Maka dapat disimpulkan bahwa.tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk karena masing-masing hasil uji variabel menunjukkan angka diatas 0,05.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

$$Y (KP) = 6,252 + 0,215 KP + 0,453 I + e$$

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil.persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta menunjukkan hasil 6,252 yang artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) memperoleh angka 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) bernilai positif 6,252.
2. Koefisien. regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan hasil 0,215 yang artinya jika variabel bebas lainnya memperoleh angka yang tetap

dan Kualitas Pelayanan (X1) terjadi kenaikan sebesar 1 tingkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,215.

3. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk (X2). menunjukkan hasil 0,453 yang artinya apabila variabel bebas lainnya memperoleh nilai tetap dan variabel Kualitas Produk (X2) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,453.

b. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Dari hasil output SPSS uji kuesioner determinasi dapat diketahui nilai adjusted R square penelitian ini sebesar 0,547 artinya. variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mampu menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen sebesar 54,7% dan 45,3% lainnya mampu.dijelaskan oleh faktor yang tidak masuk ke dalam model.penelitian ini.

c. Uji F

Tabel 12 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	687,307	2	343,654	66,921	,000 <sup>b</sup>
	Residual	549,466	107	5,135		
	Total	1236,773	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Dari hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa besar nilai signifikansi adalah <0,000 < 0,05 dan nilai fhitung sebesar 66,921 dengan nilai ftabel 3,04. Maka hal ini dapat diartikan bahwa variabel.Kualitas Pelayanan.dan.Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

d. Uji t

Tabel 13 Uji t

Coefficient <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,252	2,154		2,903	,004
	Kualitas Pelayanan	,215	,060	,246	3,590	,001
	Kualitas Produk	,453	,050	,625	9,121	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Uji t diatas maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Tingkat signifikansi.pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,001 hasilnya menunjukkan lebih kecil dari 0,05 dengan nilai thitung sebesar 3,590 dengan ttabel 1,982. Yang artinya variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai thitung > ttabel. Maka, H1 diterima atau dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. 2. Tingkat signifikansi pada variabel. Kualitas Produk sebesar 0,000 hasilnya menunjukkan lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung sebesar 9,121 dengan nilai ttabel 1,982. Yang artinya variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai thitung > ttabel. Maka H2 diterima atau dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk.berpengaruh signifikan.terhadap Kepuasan Konsumen.

5. Analisis Mean

Tabel 14 Mean Variabel X1

No	Pertanyaan	Nilai Mean
1	Pelayanan dan fasilitas yang diberikan Louis Cafe baik, membuat saya terkesan	4,09
2	Saya merasa pelayan Louis Cafe responsif dan informatif saat melayani konsumen	4,15
3	Louis Cafe memberikan pelayanan yang baik	4,19
4	Staf Louis Cafe dapat memahami apa yang saya inginkan dan perlukan sebagai konsumen	4,20
5	Staf Louis Cafe handal dalam melayani konsumen	4,23

Dari hasil nilai mean yang ditampilkan pada tabel 14, hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan skala likert dari 110 responden variabel Kualitas Pelayanan dengan ketentuan skala

1.berarti sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 cukup setuju, 4. setuju dan 5. sangat setuju.

Hasil mean menunjukkan.bahwa nilai terendah pertama pada variabel kualitas. pelayanan sebesar 4,09 dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Pelayanan dan fasilitas yang diberikan Louis Cafe baik, membuat saya terkesan’. Dari hasil mean yang diperoleh, maka Louis Cafe Depok dapat meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang dimiliki agar konsumen terkesan dan merasa.puas saat mengunjungi Louis Cafe Depok.

Hasil mean terendah berikutnya dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Saya merasa pelayanan Louis Cafe responsif dan informatif saat melayani konsumen’ dengan nilai sebesar 4,19. Dari hasil mean yang diperoleh, maka harapannya Louis Cafe Depok dapat meningkatkan pelayanan dengan lebih responsif dan informatif saat melayani konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang ada di Louis Cafe Depok.

Hasil mean tertinggi dimiliki oleh indicator ‘Staf Louis Cafe handal dalam melayani konsumen’ dengan nilai mean sebesar 4,23. Dari hasil yang diperoleh, maka menurut konsumen staf Louis Cafe Depok handal dalam melayani kebutuhan konsumennya

Tabel 15 Mean Variabel X2

No	Pernyataan	Nilai Mean
1	Cita rasa makanan dan minuman di Louis Cafe nikmat	4,37
2	Makanan dan minuman di Louis Cafe memiliki manfaat untuk saya sebagai konsumen	4,29
3	Rasa makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan memiliki konsistensi rasa yang kuat	4,26
4	Saya percaya bahan baku yang digunakan oleh Louis Cafe berasal dari bahan-bahan yang berkualitas	4,58
5	Makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan	4,59
6	Saya puas dengan pelayanan yang Louis Cafe berikan	4,38
7	Penyajian makanan dan minuman di Louis Cafe menarik dan mudah untuk di konsumsi oleh konsumen	4,51
8	Saya tertarik dengan variasi makanan dan minuman yang ada di Louis Cafe	4,39
9	Makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan memiliki kualitas yang baik	4,55
10	Saya percaya bahwa makan dan minuman di Louis Cafe menggunakan bahan baku yang berkualitas	4,76

Dari hasil nilai mean yang ditampilkan pada tabel 15, hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan skala likert dari 110 responden variabel Kualitas Produk dengan ketentuan skala 1 berarti sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 cukup setuju, 4 setuju dan 5 sangat setuju.

Hasil mean menunjukkan bahwa nilai terendah pertama pada variabel kualitas produk sebesar 4,26 dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Rasa makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan memiliki konsistensi rasa yang kuat’. Dari hasil tersebut diharapkan Louis Cafe Depok dapat lebih konsisten dalam hal rasa dari produk yang disajikan kepada konsumen.

Hasil mean terendah berikutnya dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Makanan dan minuman di Louis Cafe memiliki manfaat untuk saya sebagai konsumen’ dengan nilai mean 4,29. Dari hasil tersebut diharapkan Louis Cafe Depok dapat membuat produk yang lebih baik sehingga konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang mereka konsumsi.

Hasil mean tertinggi dimiliki oleh indikator ‘Saya percaya bahwa makan dan

minuman di Louis Cafe menggunakan bahan baku yang berkualitas’ dengan nilai mean sebesar 4,76. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dapat melihat dan percaya bahwa bahan baku yang Louis Cafe gunakan untuk setiap produk makanan dan minuman yang disajikan menggunakan bahan baku yang berkualitas.

Tabel 16 Mean Variabel Y

No	Pernyataan	Nilai Mean
1	Makanan dan minuman yang disajikan Louis Cafe kepada saya sesuai dengan apa yang saya harapkan	4,51
2	Pelayanan yang staf Louis Cafe berikan kepada saya sesuai dengan harapan saya	4,49
3	Fasilitas penunjang yang ada di Louis Cafe sesuai dengan harapan saya	4,28
4	Saya berminat berkunjung kembali karena saya puas dengan pelayanan yang Louis Cafe berikan	4,48
5	Saya berminat berkunjung kembali karena saya merasa makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan memiliki nilai dan manfaat yang baik untuk saya	4,45
6	Saya berminat berkunjung kembali karena Louis Cafe memiliki fasilitas penunjang yang memadai	4,31
7	Saya merekomendasikan Louis Cafe kepada teman, keluarga ataupun kerabat karena kualitas makanan dan minuman di Louis Cafe baik dan memiliki fasilitas penunjang yang memuaskan	4,43

Dari hasil nilai mean yang ditampilkan pada tabel 16, hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan skala likert dari 110 responden variabel Kepuasan Konsumen dengan ketentuan skala 1 berarti sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 cukup setuju, 4 setuju dan 5 sangat setuju.

Hasil mean menunjukkan bahwa nilai terendah pertama pada variabel kepuasan konsumen sebesar 4,28 dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Fasilitas penunjang yang ada di Louis Cafe sesuai dengan harapan saya’, maka diharapkan Louis Cafe Depok dapat meningkatkan fasilitas penunjang untuk meningkatkan kepuasan konsumen saat mengunjungi Louis Cafe Depok.

Hasil mean terendah berikutnya dimiliki oleh indikator pernyataan ‘Saya berminat berkunjung kembali karena

Louis Cafe memiliki fasilitas penunjang yang memadai' dengan nilai 4,31. Dari hasil mean tersebut maka Louis Cafe Depok diharapkan dapat meningkatkan fasilitas penunjang yang bertujuan untuk menarik konsumen agar berminat berkunjung kembali ke Louis Cafe Depok.

Hasil mean tertinggi dimiliki oleh indikator 'Makanan dan minuman yang disajikan Louis Cafe kepada saya sesuai dengan apa yang saya harapkan' dengan nilai mean sebesar 4,51. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan harapan konsumen saat memesan makanan atau minuman di Louis Cafe Depok.

## B. Pembahasan

Dari hasil pengolahan data yang telah peneliti lakukan menggunakan SPSS 25, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

### 1. Hipotesis 1

Hasil dari thitung sebesar 3,590 > ttabel 1,982 dengan nilai Sig. <0,001 <0,05. Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya Kualitas Pelayanan (X1) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Dari analisa yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena saat mengunjungi suatu cafe, konsumen sangat mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh para staf perusahaan kepada konsumen. Maka dari hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung" yang telah dilakukan oleh

Rina Martiana dan Sheli Priani (2019) dengan hasil bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### 2. Hipotesis 2

Hasil dari thitung sebesar 9,121 > ttabel 1,982 dengan nilai sig. <0,000 <0,05. Yang berarti hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 tidak ditolak. Artinya Kualitas Produk (X2) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari analisa yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang disajikan perusahaan kepada konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena konsumen datang ke suatu pasti akan mengkonsumsi produk dari perusahaan maka kualitas produk menjadi hal yang diperhatikan oleh konsumen untuk bisa merasa puas saat berkunjung. Maka hasil dari penelitian ini dapat mendukung penelitian dengan judul "The Effect of Product Quality, Brand Image, Menu Variety on Customer's Loyalty Through Customer's Satisfaction as An Intervening Variable" yang telah dilakukan oleh Fitri Arinda, Budi Eko Soetjipto dan Agus Hermawan (2018) dengan hasil bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

### 3. Hipotesis 3

Hasil uji f yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh bersama-sama yang dihasilkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat diketahui bahwa besar signifikansi yang dihasilkan sebesar <0,000 <0,05 dengan Fhitung sebesar 66,921 > Ftabel 3,08. Maka dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

#### IV. SIMPULAN

Dari hasil analisa regresi berganda untuk pengujian hipotesis pada kedua variabel X1 dan X2 (independen), yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel Y (dependen) yaitu Kepuasan Konsumen hasil penelitian menghasilkan kesimpulan seperti yang tertera dibawah ini:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Louis Cafe Depok.
2. Variabel. Kualitas Produk.berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Louis Cafe Depok.
3. Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Louis Cafe Depok.

Dari hasil analisa yang peneliti lakukan dan kesimpulan yang dihasilkan, maka peneliti menguraikan implikasi yang diharapkan mampu membantu dan memberi manfaat bagi pihak- pihak yang bersangkutan. Implikasi manajerial diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan
  - a. Dari hasil analisa nilai rata-rata (mean) yang peneliti lakukan menggunakan SPSS 25, nilai.rata-rata terendah diperoleh dari variabel.kualitas pelayanan dengan.nilai 4,09 pada pernyataan nomor 1 'Pelayanan dan fasilitas yang diberikan Louis Cafe baik, membuat saya terkesan'. Dari hasil rata-rata penelitian ini, maka harapannya Louis Cafe Depok mampu meningkatkan pelayanan dan fasilitas kafe agar dapat memberikan kesan yang membekas di hati konsumen saat mengunjungi Louis Cafe Depok dengan cara, memberikan salam kepada konsumen yang baru datang, pelayanan informatif dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan memaksimalkan koneksi

wifi agar konsumen yang berkunjung merasa nyaman saat berada di Louis Cafe dan puas akan pelayanan dan fasilitas yang ada di Louis Cafe Depok.

- b. Nilai rata-rata tertinggi diperoleh pertanyaan 'Staf Louis Cafe handal dalam melayani konsumen' dengan nilai mean sebesar 4,23. Dari hasil yang diperoleh, maka menurut konsumen staf Louis Cafe Depok handal dalam melayani kebutuhan konsumennya

#### 2. Variabel Kualitas Produk

- a. Nilai rata-rata terendah diperoleh variabel kualitas produk sebesar 4,26 dimiliki oleh indicator pernyataan 'Rasa.makanan.dan minuman yang Louis Cafe sajian memiliki konsistensi rasa yang kuat'. Dari hasil tersebut diharapkan Louis Cafe Depok dapat lebih konsisten dalam hal rasa dari produk yang disajikan kepada konsumen.

- b. Nilai rata-rata tertinggi yang diperoleh variabel kualitas produk pada indikator nomor 10 'Saya percaya bahwa makanan dan minuman di Louis Cafe menggunakan bahan baku yang berkualitas' dengan nilai 4,76. Dalam hal ini menunjukkan bahwa konsumen dapat melihat dan percaya bahwa bahan baku yang Louis Cafe gunakan untuk setiap produk makanan.dan minuman yang disajikan.menggunakan bahan baku yang berkualitas.

#### 3. Variabel Kepuasan Konsumen

- a. Dari hasil analisa nilai rata-rata.(mean) pada variabel kepuasan konsumen, nilai rata-rata terendah dengan nilai 4,09 pada pernyataan nomor 3 pernyataan 'fasilitas penunjang yang ada di Louis Cafe sesuai dengan harapan saya'. Maka diharapkan Louis Cafe dapat memaksimalkan fasilitas yang ada, seperti menambah speed internet atau mengembangkan fasilitas yang sebelumnya belum ada, seperti toilet pria dan wanita yang terpisah.

b. Nilai rata-rata.(mean) tertinggi pada variabel .kepuasan konsumen adalah 4,51 yang dimiliki oleh pernyataan nomor 1 'Makanan dan minuman yang disajikan Louis Cafe kepada saya sesuai dengan apa yang saya harapkan'. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan harapan konsumen saat memesan makanan atau minuman di Louis Cafe Depok.

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya dengan tujuan supaya penelitian ini mampu dikembangkan. Berikut ini merupakan saran-saran yang peneliti akan berikan:

1. Mengembangkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan pada penelitian ini seperti variabel harga dan metode transaksi tertentu yang mendukung faktor- faktor kepuasan konsumen lainnya.
2. Mengambil sampel dengan menggunakan teori lain untuk menambah hasil penelitian yang telah digunakan sebelumnya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Hair dengan jumlah indikator yang dikalikan 5 pada sebuah kuesioner.
3. Memperluas cakupan karakteristik dari domisili identitas responden. Karena pada penelitian hanya mencakup responden yang berdomisili di Jabodetabek.
4. Menggunakan objek lain untuk penelitian selanjutnya, pada penelitian ini peneliti memilih Louis Cafe Depok sebagai objek dari penelitian ini. Saran dari peneliti, penelitian selanjutnya dapat menjadikan objek lain seperti Jacob Koffie Huis, Emily Coffee Society, Dadi's Coffee Garden, dan lain- lain.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abd. Rohman, M.AP. 2017. "Dasar-Dasar Manajemen." In Malang: Interligensia, 8.
- Adista Fitriani. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* Vol.5: 5.
- Aditya Feriyadi Nur Pratama. 2020. "Produk, Harga, Pelayanan Dan Tempat Sebagai Faktor Penentu Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Di Bin's Cafe Dan Resto Tegal." *Repository Universitas Tegal*: 5.
- Alia dan Lily. 2021. "Analisis Persepsi Konsumen Dalam Menyusun Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Di Cafe Feelter." *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol.20: 71-79.
- Alvin Mariansyah, Amirudin Syarif. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kalabu." *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Amnericha Ester, Yulianeu, Cicik Harini, Heru Sri Wulan. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Variasi Produk (Restoran) Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Studi Kasus Di A to Z Bar Wine & Brasserie Semarang)." *Jurnal.unpad.ac.id*.
- Aris Triono Wanardi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arys Firmansyah. 2020. "Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadaai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*: 187.
- Bisnis.com. 2021. "Industri Kreatif Bisa Menjadi Penopang Ekonomi." *Bisnis.com*.
- Cut Ismawati. 2020. "Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry." *UIB Repository*: 5.
- Evi Laili Kumrotin dan Ari Susanti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko. We. Cok Di Solo." *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.6: 1.
- Farida Yulianti, S.E, M.M., Lamsah, S.E., Periyadi, S.E., M.M. 2019. "Konsep Pemasaran." In *Majajemen Pemasaran, Banjarmasin: Deepublish*, 4.

- Hardiyansyah. 2011. "Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, Dan Implementasi." In Yogyakarta: Gava Media, 40.
- Harsvella Klapika. 2018. "Analisis Tingkat Inovasi Industri Kreatif Menggunakan Metode Multidimension." : 2.
- Ilham Agustian, Harius Ekosaputra, Antonio Imanda. 2019. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu." Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol.6: 1.
- Jesicca Ordedia Kristanto. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan One Eight Coffee." : 2.
- John Howkins. 2001. *The Creative Economy*. Inggris: The Penguin Press.
- Kotler & Keller. 2019. *Marketing Management*, 15 Edition.
- Kotler and Armstrong. 2015. "Marketing and Introducing Prentice Hall 12ed." In England: Pearson Education, Inc, 224.
- Lutfitona Ridho, Bulan Prabawani. 2018. "Knockoff Brand Sebagai Strategi Pemasaran Knalpot Palsu Purbalingga." Diponegoro Journal of Social and Politic: 1-8.
- Megawati Imelda. 2017. "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Green Cafe & Resto Bandung." Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol.11: 1.
- Mush'ab Ihsan Mu'tashim, Alim Setiwan Slamet. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffe Shop Di Kota Bogor)." Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO) Vol.10: 2.
- Muzakar Isa, Robingarun Istikomah. 2019. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Kota Surakarta." Jurnal Manajemen Daya Saing Vol.21: 2.
- Nadya Dwi Kalsita. 2018. *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kue Cakekinia*. Jakarta: Institt Teknologi dan Bisnis Kalbis.
- Purba Prahasto, Aisyah. 2017. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Produk Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult Di Purwokerto Selatan)." Doctoral Dossertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto: 2.
- Purwanto, E., A , Sulistyastuti, D. R. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahman Faisal Utama. 2021. "Kajian Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi Wine CK Street." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Vol.1: 4.
- Risatul Ummami, As'ar Rizal, Sumartik. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffee Cafe." Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi Vol.15: 2.
- Rukajat A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sabit Siswanto, Daniel Widjaja. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Daya Daihatsu Puri Kembang." Jurnal Ilmah Manajemen Bisnis Vol.7: 17.
- Sheli Apriani dan Rina Martina. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung." UIB Repository.
- Siti Astiah Immawati, Agung Budi, Eka Lianis Tiati. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Yang Diproduksi PT. Hijab Alila." Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vo.1: 1.
- Suatmojo, Febe Angelin Tandjung. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina." AGORA Vol.5: 3.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kalitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tabloid Diplomasi. 2014. "Perkembangan Ekonomi Indonesia 2014."
- Thompson, Strickland, Gamble. 2010. *Manajemen Strategik*.
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran Ed.3*. ANDI.
- Triskia Ayu, Nabila. 2020. "Pengaruh Desain, Persepsi Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Angkringan Bae Purwokerto)." Respository IAIN Purwokerto: 1.



Widi Winarso. 2017. "Perkembangan Ekonomi Kreatif Dan Andil Pemerintah Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas." Jurnal Kajian Ilmiah: 12.

Zubaidah Hanum, Sahral & Hidayat. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan." Jurnal Bisnis Administrasi Vol.06: 37-43.