

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GHATHAF  
COFFEE PREMIUM TEUPIN PUNTI ACEH UTARA**

**Rahmi<sup>1</sup>, Sutoyo<sup>2</sup>, Muhammad Ferdiananda Chadafi<sup>3</sup>, Rahmati<sup>4</sup>, Syifa UI Husna<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,5</sup> Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

<sup>4</sup> Politeknik Negeri Lhokseumawe

Email: [rahmi@serambimekkah.ac.id](mailto:rahmi@serambimekkah.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to identify the influence of product quality and service quality on customer satisfaction at Ghathaf Coffee Premium, Teupin Punt, North Aceh. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 75 regular customers who have experience with Ghathaf Coffee Premium products and services, and the data were processed using SPSS 29. The results of regression analysis show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient value of 0.462 and a t-value of 5.159 > 1.666. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient value of 0.223 and a t-value of 3.087 > 1.666 and a significance value of 0.000 < 0.05. Together, product quality and service quality have a positive and significant impact on customer satisfaction at Ghathaf Coffee Premium Teupin Punt, North Aceh. The implications of this study highlight the importance for Ghathaf Coffee Premium to continuously improve its product and service quality to maintain and enhance customer satisfaction and strengthen its market position.*

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

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ghathaf Coffee Premium, Teupin Punt, Aceh Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 75 pelanggan reguler yang telah berpengalaman dengan produk dan layanan Ghathaf Coffee Premium dan data diolah menggunakan SPSS 29. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,462 dan nilai t hitung sebesar 5,159 > 1,666. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,223 dan nilai t hitung sebesar 3,087 > 1,666 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara bersama-sama, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ghathaf Coffee Premium Teupin Punt Aceh Utara. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya Ghathaf Coffee Premium untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi mereka di pasar.*

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

## PENDAHULUAN

Perkembangan usaha semakin meningkat, membuat persaingan diantara pelaku usaha yang juga semakin ketat. Dengan didukungnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, membuat pelaku usaha untuk bergerak memanfaatkan peluang bisnis yang potensial (Ela, 2018). Pelaku usaha bersaing dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan, yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen. Produk yang berkualitas baik sangat diminati oleh konsumen, apalagi jika produk tersebut dijual dengan harga yang murah, tapi kualitasnya baik. Maka dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen (Firmansyah, 2019).

Menurut (Kotler, 2016) kualitas produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar”.

Menurut Philip Kotler dalam mengemukakan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemimpinan apapun kepada yang menerimanya (Karlina et al., 2019).

Salah satu konsep yang saat ini diterapkan di Indonesia adalah konsep restoran semi café. Contohnya Ghathaf Coffee Premium. Konsep ini tidak hanya menawarkan hidangan lezat, tetapi juga menciptakan suasana santai yang memungkinkan pengunjung untuk menikmati waktu bersantap sambil menikmati suasana santai layaknya di café (Maramis, 2018). Dengan menyatukan elemen-elemen dari kedua konsep ini, menjadi destinasi populer bagi mereka yang menginginkan pengalaman bersantap yang santai namun tetap elegan. Kepuasan pelanggan adalah aspek kritis yang menjadi fokus utama dalam industri layanan, termasuk dalam dunia restoran. Bagaimana seorang pelanggan merasakan dan mengevaluasi pengalaman bersantapnya memiliki dampak langsung pada citra dan kesuksesan sebuah restoran. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi esensial bagi pemilik dan pengelola café (Rahayu, 2017).

Namun, identifikasi masalah dalam konteks restoran Ghathaf Coffee Premium di Teupin Punti, Aceh Utara, menunjukkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan. *Pertama*, variasi cita rasa atau presentasi produk mungkin mengalami fluktuasi, mengindikasikan tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas produk di restoran tersebut. *Kedua*, adanya waktu tunggu yang lama dapat merugikan pengalaman pelanggan, menciptakan potensi ketidakpuasan terkait dengan keterlambatan dalam pelayanan. *Ketiga*, terdapat kesenjangan antara jenis produk yang ditawarkan dengan preferensi pelanggan, menimbulkan potensi ketidakcocokan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang mencari variasi atau inovasi dalam menu (Riyono & Budiharja, 2015). Dalam mengatasi tantangan ini, penting untuk memahami bahwa

keberhasilan sebuah café tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan dalam memberikan pelayanan yang efisien dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dari uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.pada Ghathaf Coffee Premium Teupin Punti Aceh Utara (Sudirman, 2023)

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan dan akan dipergunakan untuk menentukan populasi serta sampel tertentu. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Penelitian ini dilakukan di Ghathaf Coffee Premium Jalan. Medan - Banda Aceh Rest Area SPBU Teupin Punti, Aceh Utara dan yang menjadi objek penelitian yaitu pelanggan yang berkunjung ke Ghathaf Coffee Premium.

Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian eksperimental yaitu penelitian yang melibatkan kondisi subjek yang diteliti disertai upaya faktor yang melibatkan subjek yang sistematis berupa sebab akibat. Menurut (Sugiyono,2017) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup.

Menurut (Sugiyono, 2010b), berpendapat bahwa sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk penelitian ini peneliti menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Convenience Sampling*. *Convenience Sampling* merupakan sekumpulan informasi dari anggota populasi yang sudah bersedia memberikan informasi tersebut.

Dengan mengasumsikan jumlah populasi dalam jumlah tersebut, maka untuk pengambilan sampel dapat dilakukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N= Jumlah sampel.

e = Selisih atau kesalahan yang direncanakan, missal 0,1.

N= Jumlah populasi.

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel yang diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2} = 75$$

Dari hasil tersebut, minimum sampel yang diperoleh adalah 75 responden, sehingga jika diambil 75 sampel telah memenuhi syarat.

Uji Hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisa data. Dalam statistik sebuah hasil dapat dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya.

a. Uji T (T-test)

Uji t merupakan pengujian terhadap variabel independen secara parsial (individu) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel secara individual terhadap variabel dependen, dimana apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Nilai t hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t tabel didapat melalui sig.  $\alpha = 0,05$  dengan  $df = n - k$ .

Kesimpulan :

- 1) Apabila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
- 2) Apabila t hitung > t tabel, maka Ha diterima dan H0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

b. Uji F (F-test)

Uji F merupakan uji asumsi mengenai tepatnya regresi untuk diterapkan terhadap data empiris atau hasil observasi. Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen atau terikat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengujian ini dilakukan pada 75 responden. Mengacu pada kriteria pengujian validitas dengan derajat kebebasan  $N-2$ , yaitu  $75-2 = 73$  (Ghozali, 2021), dan tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1914. Nilai r hitung kemudian akan dibandingkan dengan nilai r tabel sebagaimana tercantum dalam Tabel 4.8 berikut ini.

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Validitas</b>
1.	0.649	0.1914	<i>Valid</i>
2.	0.559	0.1914	<i>Valid</i>
3.	0.465	0.1914	<i>Valid</i>
4.	0.476	0.1914	<i>Valid</i>
5.	0.333	0.1914	<i>Valid</i>
<b>Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Validitas</b>
1.	0.488	0.1914	<i>Valid</i>
2.	0.680	0.1914	<i>Valid</i>
3.	0.747	0.1914	<i>Valid</i>
4.	0.479	0.1914	<i>Valid</i>



5.	0.445	0.1914	Valid
6.	0.416	0.1914	Valid
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)			
Pernyataan	R hitung	R tabel	Validitas
1.	0.545	0.1914	Valid
2.	0.655	0.1914	Valid
3.	0.704	0.1914	Valid
4.	0.567	0.1914	Valid
5.	0.720	0.1914	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, seluruh pernyataan dari variabel bebas (*independent*) maupun variabel terikat (*dependent*) menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan sah (*valid*). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Keterangan
Pengaruh Produk (X1)	0.637	0.60	reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	0.653	0.60	reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.631	0.60	reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, semua variabel dalam penelitian ini adalah andal, karena nilai Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) > 0,60. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas (*reliable*) dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance. Jika variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Diagnostic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pengaruh Produk (X <sub>1</sub> )	0.989	1.011	Non Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0.989	1.011	Non Multikolinearitas

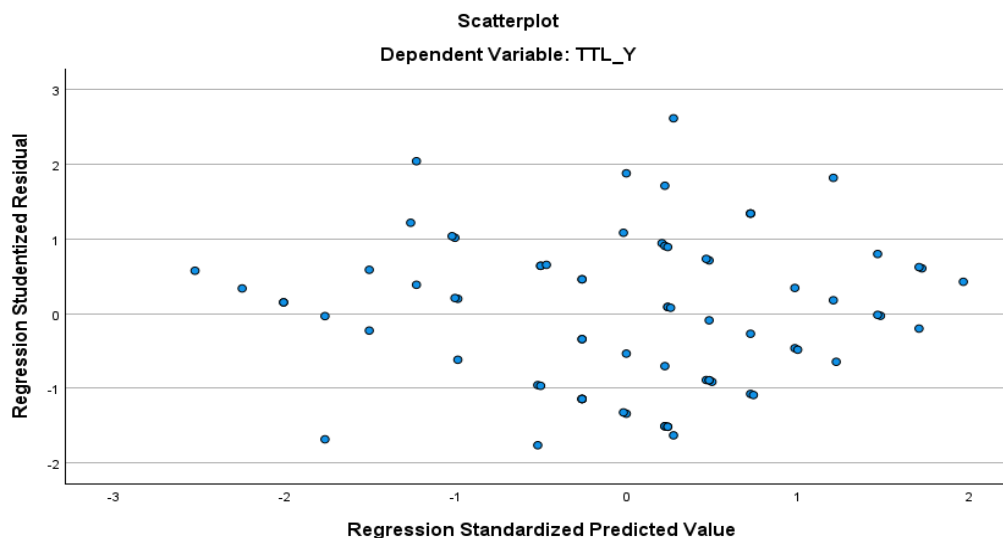
Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 3 di atas, kita dapat melihat bahwa variabel pengaruh produk (X<sub>1</sub>) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,989 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,011. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,989 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,011. Kedua variabel independen dalam penelitian ini

memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam regresi ini tidak terdapat multikolinearitas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah ada perbedaan varians residual antara satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians residual konsisten dari satu observasi ke observasi lainnya, model regresi tersebut dikategorikan sebagai homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat variasi dalam varians residual antara observasi yang berbeda, model regresi tersebut dikategorikan sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah model yang menunjukkan homoskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di *studentized*. Berdasarkan hasil pengolahan data, uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut ini :



**Gambar 1. Hasil Scatterplot**

Berdasarkan analisis grafik di atas, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas. Titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (tergantung) dengan dua atau lebih variabel independen (bebas). Metode ini berguna untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen serta untuk mengukur kekuatan hubungan di antara variabel-variabel

tersebut. Pengujian regresi linier berganda bertujuan untuk menjelaskan sejauh mana peran variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Penjelasan mengenai analisis setiap variabel disampaikan dalam uraian berikut:

**Tabel 4.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,381	2,500		2,552	,013
	TTL_X1	,462	,090	,490	5,159	,000
	TTL_X2	,223	,072	,293	3,087	,003

a. Dependent Variable: TTL\_Y

Sumber: Data diolah, 2024

$$Y = 7,276 + 0,363 X_1 + 0,335 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan dalam tabel di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 6,381 menunjukkan bahwa apabila variabel  $X_1$  dan  $X_2$  bernilai 0, maka nilai Y tetap sebesar 6,381.
- Berdasarkan variabel  $X_1$ , hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  memiliki koefisien regresi positif dengan nilai  $B = 0,462$ . Artinya, apabila terjadi kenaikan nilai variabel  $X_1$  sebesar 1 poin, maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,462.
- Berdasarkan variabel  $X_2$ , hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel  $X_2$  memiliki koefisien regresi positif dengan nilai  $B = 0,223$ . Artinya, apabila terjadi kenaikan nilai variabel  $X_2$  sebesar 1 poin, maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,223.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi, yang sering dilambangkan dengan  $R^2$ .  $R^2$  adalah ukuran yang digunakan dalam analisis regresi untuk menilai seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen.

**Tabel 5.**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,759 <sup>a</sup>	,573	,439	1,257
a. Predictors: (Constant), TTL_X2, TTL_X1				
b. Dependent Variable: TTL_Y				

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai R square sebesar 0,573, artinya kepuasan konsumen di Ghathaf Coffee Premium dipengaruhi oleh pengaruh produk kualitas dan pelayanan sebesar 0,573 atau 57,3 % sedangkan sisanya 42,7 % dipengaruhi oleh variabel lain.

### Hasil Uji Hipotesis

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji (t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	6,381	2,500		2,552	,013
	TTL_X1	,462	,090	,490	5,159	,000
	TTL_X2	,223	,072	,293	3,087	,003
a. Dependent Variable: TTL_Y						

Sumber: Data diolah, 2024

Dari Tabel 6 diperoleh nilai t hitung dari setiap variabel bebas. Dengan kriteria yang sudah ditentukan maka,  $\alpha = 0,05$  t tabel  $75-2= 73$  diperoleh nilai t table sebesar 0.1914.

Dari uraian sebelumnya tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan :

- Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian variable Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung dengan nilai sebesar  $5.159 > 1.666$ , lebih besar dari nilai t table dengan Tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) sebesar signifikan  $0.000 < 0.05$ . Maka variabel Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap



Kepuasan Pelanggan di Ghathaf Coffee Premium. Dengan demikian hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima.

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian variable Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung dengan nilai sebesar  $3.087 > 1.666$ , lebih besar dari nilai t table dengan Tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) sebesar signifikan  $0.000 < 0.05$ . Maka variabel Pelayanan n berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Ghathaf Coffee Premium. Dengan demikian hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima.

Hasil penelitian ini mendukung bahwa Pengaruh Kualitas Produk maupun Kualitas Pelayanan berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Ghathaf Coffee Premium. Dengan demikian, uraian ini memberikan gambaran yang lebih teknis dan terstruktur tentang bagaimana hasil penelitian terkait dengan analisis regresi yang dilakukan, serta bagaimana temuan tersebut konsisten dengan literatur terdahulu yang mempertimbangkan efek positif variabel-variabel tersebut terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji secara bersama-sama apakah semua variabel independen (prediktor) secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*outcome*). Uji simultan ini sering disebut juga sebagai uji signifikansi model secara keseluruhan.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	62,987	2	31,494	19,947	,000 <sup>b</sup>
	Residual	113,680	72	1,579		
	Total	176,667	74			

a. Dependent Variable: TTL\_Y

b. Predictors: (Constant), TTL\_X2, TTL\_X1

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil olah data SPSS yang juga digunakan untuk melihat nilai F diperoleh dari *degree of freedom* (df) untuk uji parsial 2 arah pada sampel 75,  $df= N-k-1$  yaitu  $75-2-1 = 72$  dengan  $df1 = 2$  dan  $df2 = 72$  untuk hipotesis dengan nilai F pada signifikansi 5% atau 0,05. Maka, nilai F tabel yang diperoleh sebesar 3.124.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS, dilakukan uji F untuk menguji pengaruh bersama-sama dari variabel Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Ghathaf Coffee Premium. Dari hasil ini, ditemukan bahwa nilai F hitung sebesar 19.947, yang lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3.124 pada tingkat signifikansi

0,05. Selain itu, nilai signifikansi (*p-value*) yang diperoleh adalah 0,000, yang jauh lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05).

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Ghathaf Coffee Premium.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dari pengujian penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ghathaf Coffee Premium Teupin Punti Aceh Utara”. Maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.462 dan nilai t hitung sebesar  $5.159 > 1.666$ , dari nilai t tabel dan
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.223 dan nilai t hitung sebesar  $3.087 > 1.666$ , dari nilai t tabel dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ghathaf Coffee Premium Teupin Punti Aceh Utara. Ini dibuktikan dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0.462 dan 0.223, serta nilai t hitung (5.159 dan 3.087) yang lebih besar dari t tabel (1.666) dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ .

Berdasarkan hasil dari pengujian penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ghathaf Coffee Premium Teupin Punti Aceh Utara”. Maka saran dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pihak Ghathaf Coffee Premium dapat meningkatkan lagi kualitas produk sehingga bisa meningkatkan lagi kepuasan pelanggan dari pada sebelumnya.
2. Pihak Ghathaf Coffee Premium dapat juga meningkatkan lagi kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang lebih tanggap dan cepat sehingga konsumen tidak harus menunggu lama untuk dapat menikmati suatu produk.
3. Pihak Ghathaf Coffee Premium dapat memperluas variasi produk dengan menambahkan pilihan rasa baru atau menu inovatif lainnya untuk menarik minat konsumen yang lebih luas dan memenuhi berbagai selera.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ela, D. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In *Cv Budi Utama: Vol. 5 No.* (Issue september).  
[https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN)

- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar Dan Konsep). In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1).
- Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender Jakarta Timur. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(1), 7–16.  
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i1.5011>
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*.
- Maramis, S. dan S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1658–1667.
- Rahayu, S. (2017). Strategi kapabilitas pemasaran hijau sebagai upaya meningkatkan keunggulan bersaing. *Buletin Ekonomi*, 15(2), 155–303.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 8, Issue 2).
- Sudirman, M. (2023). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3).
- Sugiyono, D. (2010a). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Penerbit Alfabeta*.
- Sugiyono, D. (2010b). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.