

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Bento Kopi Jalan Kaliurang Yogyakarta

Irhasnuti Umawarni^{*}, Endang Wani Karyaningsih², Anggri Sekar Sari³

^{1,2,3}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Indonesia

*Correspondence: ✉ umawarniirhasnuti001@gmail.com

Article history:

Received

January 01, 2024

Revised

Maret 30, 2024

Accepted

Mei 24, 2024

ABSTRACT

This study aims to find out: (1) Consumer opinions about product quality based on taste, color, appearance, portion, temperature, texture, aroma and maturity level Bento Coffee at Jalan Kaliurang; (2) The level of customer satisfaction at Bento Kopi Jalan Kaliurang; (3) The effect of product quality on consumer satisfaction at Bento Kopi Jalan Kaliurang. This research is a quantitative research. Sample study of 83 respondents, with sample technique using incidental sampling. Data collection method using questionnaires. Data analysis techniques using quantitative descriptive. The hypothesis test uses a product moment correlation test, followed by a prerequisite analysis test using a normality test and a linearity test. Product quality belongs to the medium category with a percentage of 30%. Consumer satisfaction is included in the high category with a percentage of 34%. Research results show that there is no influence between the quality of the product and consumer satisfaction. The determination coefficient of 0,01 means that the quality of the product only affects 1.1%. the remaining 98,9% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords. *product quality, consumer satisfaction*

Histori Artikel:

Diterima

01 Januari 2024

Direvisi

30 Maret 2024

Disetujui

24 Mei 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pendapat konsumen tentang kualitas produk berdasarkan rasa, warna, tampilan, porsi, temperatur, tekstur, aroma dan tingkat kematangan di Bento Kopi Jalan Kaliurang; (2) Tingkat kepuasan konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang; (3) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bento Kopi jalan Kaliurang. Kualitas produk menjadi hal yang sangat penting dalam suatu industri kuliner dan merupakan keseluruhan ciri serta karakteristik produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika produk yang didapatkan sesuai atau bahkan melebihi dari harapan konsumen. Hipotesis pada penelitian ini yaitu ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kafe Bento Kopi Jalan Kaliurang Yogyakarta. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sample penelitian sebanyak 83 responden, dengan menggunakan teknik insidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif. Uji hipotesis menggunakan uji korelasi product moment yang didahului dengan uji prasyarat analisis menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Kualitas produk termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 30%. Kepuasan konsumen termasuk dalam kategori tinggi dengan persentase 34%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi sebesar 0,011 artinya kualitas produk hanya berpengaruh sebesar 1,1%. Sisanya 98,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kualitas produk, kepuasan konsumen

Copyright ©2024 by Irhastuti Umawarni, Endang
Wani Karyaningsih, Anggri Sekar Sari

Published by Piramida Akademi



DOI: <https://doi.org/10.62385/budimul.v2i1.86>

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kebiasaan masyarakat yang konsumtif menjadikan bisnis kuliner mulai dari makanan hingga minuman semakin beragam jenisnya. Berdasarkan perkembangan saat ini, makanan tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan dasar akan tetapi menjadi bentuk rekreasi baik secara personal maupun sosial sebagai gaya hidup manusia. Tidak hanya kuliner makanan, akan tetapi kuliner berupa minuman seperti kopi juga menjadi gaya hidup manusia saat ini. Industri waralaba berupa kedai kopi atau *cafe* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan. Hal tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat, khususnya kelas menengah yang terus menerus tumbuh. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dan pertumbuhan kelas menengah mendorong kinerja industri pengolahan kopi. Peningkatan konsumsi produk kopi olahan di Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan rata-rata 8%-10% pertahun, sedangkan pada tahun 2019 usaha kedai kopi mengalami peningkatan sekitar 15%-20% pertahun (Zuhriyah, 2019).

Perkembangan bisnis kedai kopi membuat pemilik kedai kopi dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Pemilik kedai kopi berlomba-lomba untuk bisa menyajikan minuman kopi yang berkualitas dengan harga yang cukup terjangkau. Tidak hanya itu, konsep kedai kopi juga dibuat lebih sederhana untuk menarik perhatian konsumen. Hal tersebut dilakukan oleh pemilik kedai kopi dengan tujuan untuk mencapai kepuasan konsumen. Hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen (Tias, 2019). Konsumen yang potensial akan mempertimbangkan beberapa faktor seperti kualitas produk, pelayanan yang sesuai, harga jual produk dan fasilitas yang diberikan. Produk menjadi hal yang sangat penting bagi setiap bisnis kedai kopi. Tanpa adanya produk, sebuah bisnis tidak dapat melakukan melakukan apapun dari bisnis yang didirikannya.

Produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Kotler, Philip, & Armstrong, 2008). Konsumen akan membeli produk jika mereka merasa tertarik dan sesuai dengan yang dibutuhkannya. Berdasarkan hal tersebut, kualitas produk perlu diperhatikan oleh pemilik kedai kopi. Jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, maka konsumen cenderung akan kembali membeli produk yang pernah membelinya. Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan kedai kopi untuk dapat bersaing ditengah ketatnya

persaingan dalam industri kuliner saat ini. Kualitas merupakan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang spesifik atau ditetapkan (Indrasari, 2019). Kualitas produk juga menjadi ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan konsumen (Syamsuar, 2020).

Kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen puas dan percaya dengan produk yang ditawarkan. Kualitas makanan merupakan salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis kuliner. Konsumen yang datang untuk mencari makan, tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga akan lebih baik jika meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Kualitas makanan secara garis besar dapat diukur berdasarkan porsi, rasa, tekstur, aroma, warna, temperatur, penampilan dan tingkat kematangan (Yusuf, 2019). Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang menjadi porsi terbesar dari volume penjualan kedai kopi. Setiap kedai kopi selalu berusaha untuk memuaskan konsumen karena berhubungan langsung dengan kesetiaan konsumen, pangsa pasar dan keuntungan. Jangka panjang dari kepuasan konsumen yang dapat menguntungkan bisnis suatu kedai kopi adalah pelanggan yang merasa puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan dapat menjadi iklan berjalan bagi suatu bisnis kedai kopi. Berdasarkan hasil wawancara studi awal dengan narasumber di Bento Kopi Jalan Kaliurang yaitu Kak Yusuf Darmawan. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Bento Kopi Jalan Kaliurang seperti terbatasnya karyawan sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dalam penyajian makanan. Karyawan terburu-buru dalam menyajikan produk sehingga rasa dari produk yang dihasilkan tidak selalu sama atau menu yang diberikan tidak sesuai dengan menu yang dipesan. Konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang ramah dari karyawan. Bento Kopi jalan Kaliurang belum pernah melakukan *survey* yang berkaitan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen karena terbatasnya waktu dan tenaga.

Permasalahan tersebut berdampak negatif terhadap rating yang didapatkan oleh Bento Kopi Jalan Kaliurang. Berdasarkan penilaian konsumen terhadap Bento Kopi Jalan Kaliurang melalui *google maps*, Bento Kopi cabang Jalan Kaliurang hanya mendapatkan rating sebesar 4,3. Penilaian tersebut cukup jauh jika dibandingkan dengan cabang Bento Kopi yang lain. Seperti Bento Kopi cabang Pogung yang mendapat rating sebesar 4,9. Bento Kopi cabang Bantul memiliki rating sebesar 4,8. Bento Kopi cabang Sorowajan memiliki rating sebesar 4,7. Bento Kopi cabang UMY memiliki rating sebesar 4,5. Rating yang dimiliki oleh Bento Kopi Jalan Kaliurang memiliki penilaian paling rendah dikarenakan banyaknya penilaian negatif yang diberikan kepada Bento Kopi Jalan Kaliurang. Penilaian tersebut meliputi penyajian makanan yang membutuhkan waktu hampir 2 jam. Makanan yang diterima tidak sesuai dengan menu yang dipesan. Banyaknya varian menu yang kosong. Minuman yang didapatkan

memiliki rasa yang hambar. Serta pelayanan kasir yang tidak profesional dan tidak sesuai dengan SOP. Penilaian negatif dari konsumen harus segera diperbaiki, karena hal tersebut berkaitan dengan kepuasan konsumen dan minat beli ulang konsumen. Menangani keluhan pelanggan secara lebih dini merupakan salah satu sikap yang tepat, karena perusahaan akan mengantisipasi hal-hal yang dapat merugikan (Hasanah, 2016). Sekecil apapun kekecewaan pelanggan merupakan keluhan yang harus segera ditangani. Konsumen yang tidak puas dengan produk yang didapatkan akan merasa kecewa dan berhenti membeli produk di Bento Kopi Jalan Kaliurang.

Penelitian yang dilakukan oleh Mush'ab Ihsan Mu'tashim (2019) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada *Coffee Shop* di Kota Bogor)" diperoleh variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Mu'tashim, 2019). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindya Dwiana Putri (2017) dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)" yang mendapati hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Putri, 2017). Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Bento Kopi Jalan Kaliurang Yogyakarta". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: (1) Pendapat konsumen tentang kualitas produk berdasarkan rasa, warna, penampilan, porsi, temperatur, tekstur, aroma dan tingkat kematangan di Bento Kopi Jalan Kaliurang; (2) Tingkat kepuasan konsumen di Bento Kopi jalan Kaliurang; (3) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari konsumen Bento Kopi dengan menggunakan kuesioner. Penelitian dilakukan di Kafe Bento Kopi yang beralamat di Jalan Kaliurang KM 12 Sardonoharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2022 s/d 10 September 2022. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 125 orang yang diambil dari rata-rata jumlah konsumen dalam satu hari. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan *insidental sampling*. Teknik insidental sampling merupakan teknik penentuan sample berdasarkan siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat dijadikan sumber data (Sugiyono, 2016). Penentuan jumlah sample ditentukan berdasarkan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 5%. Hasil dari perhitungan menggunakan rumus *slovin* diperoleh jumlah sample sebanyak 83 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner atau angket dengan jumlah 22 butir pernyataan variabel kualitas produk dan 8 butir pernyataan variabel kepuasan konsumen. Uji coba instrumen diberikan kepada 33 orang konsumen Bento Kopi Jalan Kaliurang. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas

menggunakan teknik korelasi *product moment* pada taraf signifikansi 5%. Butir instrumen dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq 0,344$. Hasil uji validitas data kuesioner menunjukkan bahwa 30 butir pernyataan dinyatakan valid, karena memiliki nilai koefisien diatas 0,344. Uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas sebesar 0,925. Hasil tersebut menunjukkan reliabilitas sangat kuat, sehingga kuesioner layak untuk digunakan. Uji hipotesis menggunakan analisis korelasi *product moment* yang telah didahului uji prasyarat analisis dengan menggunakan uji normalitas dan uji linearitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Bento Kopi Jalan Kaliurang dengan sample sebanyak 83 responden. Berdasarkan data yang diperoleh, karakteristik data responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Item	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	22	26,5%
		Perempuan	61	73,5%
2.	Usia	<17 th	1	1,2%
		17-25 th	74	89,2%
		26-30 th	6	7,2%
		>31 th	2	2,4%
3.	Pekerjaan	Pelajar	5	6%
		Mahasiswa	52	62,7%
		TNI/POLRI	1	1,2%
		Wiraswasta	10	12%
		Lain-lain	15	18%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang mayoritas adalah perempuan dengan rentan usia 17-25 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa.

Hasil rangkuman analisis deskriptif konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Rangkuman Analisis Deskriptif

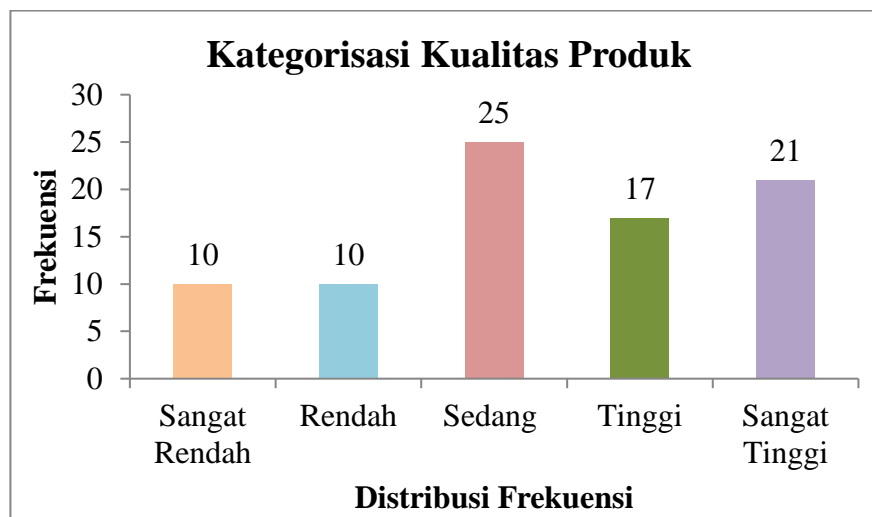
Variabel	Skor Max	Skor Min	Mean	SD	Med	Mo
Kualitas Produk	78	65	72	3,33	72	72
Kepuasan Konsumen	29	21	24,9	2,17	25	25

Hasil perhitungan variabel kategorisasi kualitas produk dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Kategorisasi Kualitas Produk

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 74,8$	21	25%
Tinggi	$72,6 \leq X < 74,8$	17	21%
Sedang	$70,4 \leq X < 72,6$	25	30%
Rendah	$68,2 \leq X < 70,4$	10	12%
Sangat Rendah	$X < 68,2$	10	12%
Jumlah		83	100%

Berdasarkan tabel 3 diatas, kualitas produk dikategorikan kedalam lima kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kategorisasi kualitas produk dapat disajikan dalam histogram berikut ini:



Gambar 1. Histogram Kategorisasi Kualitas Produk

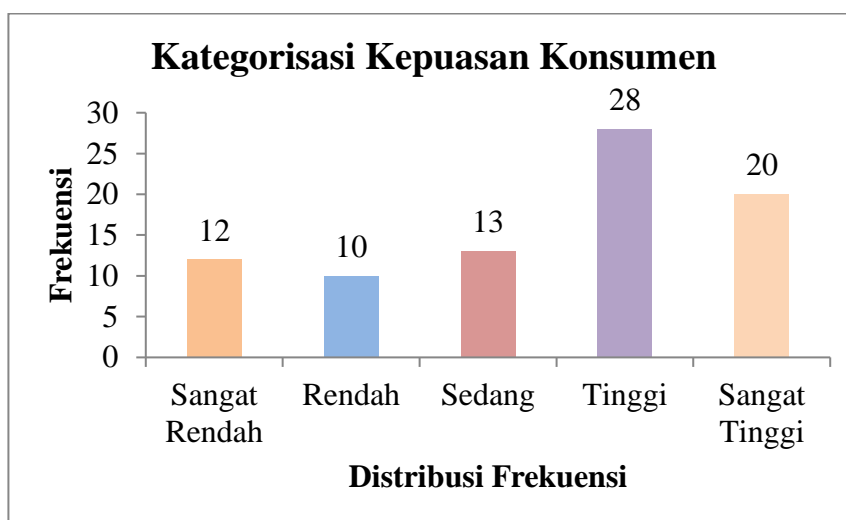
Berdasarkan histogram diatas, mayoritas responden berpendapat bahwa kualitas produk termasuk dalam kategori sedang dengan frekuensi 25 responden. Kesimpulan dari hasil analisis kategorisasi kualitas produk bahwa kualitas produk di Bento Kopi Jalan Kaliurang termasuk dalam kategori sedang.

Hasil kategorisasi variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Kategorisasi Kepuasan Konsumen

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 27$	20	24%
Tinggi	$25,6 \leq X < 26,9$	28	34%
Sedang	$24,4 \leq X < 25,6$	13	16%
Rendah	$23 \leq X < 24,4$	10	12%
Sangat Rendah	$X < 23$	12	14%
Jumlah		83	100%

Berdasarkan tabel 4 diatas, kepuasan konsumen dikategorikan kedalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Kategorisasi kepuasan konsumen dapat disajikan kedalam histogram berikut:



Gambar 2. Kategorisasi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan histogram diatas, mayoritas responden berpendapat bahwa kualitas produk termasuk dalam kategori tinggi dengan frekuensi 28 responden. Kesimpulan dari hasil analisis kategorisasi kualitas produk bahwa kualitas produk di Bento Kopi Jalan Kaliurang termasuk dalam kategori tinggi.

Setelah dilakukan uji kategorisasi kualitas produk dan kepuasan konsumen, dapat dilakukan uji prasyarat analisis. Uji prasyarat analisis diperlukan untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Uji prasyarat analisis terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel terdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Kriteria
0,200	Normal

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 yang berarti $0,2 > 0,05$. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji linearitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
X \rightarrow Y	0,726	Linear

Data dikatakan linear jika *deviation from linearity* > alpha (0,05). Berdasarkan tabel 6, nilai yang diperoleh yaitu 0,726 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Apabila r hitung > r tabel maka H_a diterima yang artinya ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Apabila r hitung < r tabel maka H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Uji Korelasi *Product Moment*

Variabel	Sig	r hitung n = 83	r tabel n = 83	Keterangan
X \rightarrow Y	0,05	-0,105	0,213	Tidak ada pengaruh

Berdasarkan tabel 7 diatas, hasil uji hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*, diperoleh nilai r hitung sebesar -0,105. Nilai r tabel dengan jumlah 83 responden yaitu 0,213. Berdasarkan hasil uji korelasi product moment diperoleh nilai r hitung < r tabel (-0,105 < 0,213). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen di Kafe Bento Kopi Jalan Kaliurang. Setelah didapatkan hasil analisis dari uji hipotesis, dapat diketahui koefisien determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2016). Hasil perhitungan koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 0,011 atau 1,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk mempengaruhi sebesar 1,1%. Sisanya 98,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diluar variabel yang diteliti.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dalam kategori sedang dengan persentase 30%. Hasil analisis kepuasan konsumen dalam kategori tinggi dengan persentase 34%. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kepuasan konsumen yang tinggi tidak selalu memiliki kualitas yang tinggi juga. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Muhsin, 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian statistik diperoleh nilai signifikansi t sebesar 1.164 < 1,6690. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas

produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan di Kafe Bento Kopi Jalan Kaliurang. Hasil penelitian ini bukan berarti kualitas produk tidak penting, akan tetapi hasil uji tersebut menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam bisnis tersebut. Hasil penelitian ini bukan bertentangan dengan teori Lupiyoadi, Irawan maupun Kotler yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang ikut menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas produk (Muhsin, 2020). Hal tersebut dikarenakan kualitas produk tidak dapat dijadikan tolak ukur utama dalam mengukur kepuasan konsumen. Terdapat beberapa faktor pendorong kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, serta biaya atau kemudahan memperoleh produk (Achmad, 2022). Sebuah bisnis harus dapat meninggalkan kesan menarik seperti memberikan rasa puas melalui perbaikan kualitas produk maupun kualitas pelayanan (Misnawati, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan prima seperti pelayanan yang ramah, pelayanan yang cepat, pelayanan yang aman dan pelayanan yang nyaman (Suryandriyo, 2018). Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga suatu produk juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Suatu bisnis kuliner harus dapat menetapkan harga produk dengan baik, sehingga konsumen akan tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Konsumen akan merasa puas jika harga makanan lebih terjangkau dari kafe lain yang sejenis, kesesuaian harga dengan ukuran porsi yang didapatkan, dan kesesuaian harga dengan pengalaman makan yang didapatkan oleh konsumen (Ni Luh Ari Purnamawati, 2020). Selain faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen tersebut, saat ini para penikmat kuliner juga mempertimbangkan *store atmospher* atau suasana kafe. *Store atmospher* merupakan suasana terencana yang sesuai dengan pasar Sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli (Susilowati, 2018). *Store atmospher* merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen, setiap toko memiliki tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Atmosphere merupakan suasana yang tercipta dalam sebuah toko yang distimulasikan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen. Elemen *store atmospher* meliputi *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* (Brian, 2015). Selain itu, konsumen saat ini juga mempertimbangkan fasilitas yang disediakan seperti tersedianya *wifi*, stop kontak pada setiap meja pengunjung, mushola, toilet yang terpisah antara laki-laki dengan perempuan, parkir yang luas, serta lokasi yang strategis dan akses yang dilalui cukup mudah.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu: (1) kualitas produk di Bento Kopi Jalan Kaliurang dalam kategori sedang dengan persentase 30% yang terdapat pada interval $70,4 \leq X < 72,6$; (2) kepuasan konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang dalam kategori tinggi dengan persentase 34% yang terdapat pada interval $25,6 \leq X < 26,9$; (3) tidak ada pengaruh

antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen di Bento Kopi Jalan Kaliurang. Hal tersebut berdasarkan perolehan dari nilai r hitung $< r$ tabel ($-0,105 < 0,213$). Berdasarkan hasil penelitian dan uji analisis yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran yang ditujukan untuk Bento Kopi Jalan Kaliurang Yogyakarta. Bento Kopi Jalan Kaliurang perlu meningkatkan kualitas produk yang berkaitan dengan rasa, porsi, tampilan dan variasi menu yang disediakan. Memperbaiki penggunaan alat hidang seperti piring yang disesuaikan dengan porsi dan alat makan yang sesuai agar memudahkan konsumen dalam menikmati hidangan. Karyawan perlu berkomunikasi lebih baik dalam melayani konsumen, seperti menjelaskan kebutuhan dan menjelaskan menu yang disediakan kepada konsumen saat memesan. Bento Kopi Jalan Kaliurang perlu meningkatkan kebersihan area pengunjung, supaya konsumen merasa lebih nyaman dalam menikmati hidangan yang disajikan. Bento Kopi Jalan Kaliurang perlu memperbaiki pengelolaan media sosial, agar *branding* produk lebih maksimal. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda atau pada industri yang sama dengan lokasi cabang yang berbeda. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, harga, lokasi, promosi ataupun *store atmospher* sehingga penelitian berikutnya lebih lengkap.

Daftar Pustaka

- Achmad, I. T. (2022, July 15). *Repositori Universitas Siliwangi*. Diambil kembali dari <http://repositori.unsil.ac.id/>: <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/6294>
- Brian, R. (2015). Pengaruh Kualitas Makanan Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pada Restoran All You Can Eat. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 1-15.
- Hasanah, F. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Jade Bamboo Resto Yogyakarta. *Jurnal Keluarga*, 2(1), 8-14.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Utomo Press.
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* edisi 12. Jakarta: erlangga.
- Misnawati, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cimoll Resto Sleman Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 1-6.
- Muhsin, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 72-78.
- Mu'tashim, M. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(2), 118-132.
- Ni Luh Ari Purnamawati, N. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 171-181.

- Putri, A. D. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Blends Pasta & Chocolate Cabang UNIKA Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1-10.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryandriyo, B. (2018, September 20). *Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Restoran*. Diambil kembali dari dspace.uui.ac.id: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/11580>
- Susilowati, I. (2018). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warak Koffie Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 69-76.
- Syamsuar, A. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening pada Double'b Bellas Bananas Tangerang. *Jurnal STEI Ekonomi*, 1-19.
- Tias, L. C. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis*, 111-118.
- Yusuf, W. S. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 94-101.
- Zuhriyah, D. A. (2019, 8 22). (ekonomi bisnis) Diambil kembali dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>