

**PENGARUH KUALITAS MINUMAN COFFEE DI COFFEE SHOP KUDUNGOPI WRINGINANOM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN****Marcelita Putri Widyawati<sup>1\*</sup>, Agus Ridwan Misbahuddin<sup>2)</sup>, Rina Asmaul<sup>3)</sup>**<sup>1,2,3</sup>Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana SurabayaEmail: [marcelitaputri2002@gmail.com](mailto:marcelitaputri2002@gmail.com), [agus.ridwan@unipasby.ac.id](mailto:agus.ridwan@unipasby.ac.id), [rina.asmaul@unipasby.ac.id](mailto:rina.asmaul@unipasby.ac.id)**Abstrak**

Pada bisnis *coffee shop* kualitas produk menjadi faktor utama pertimbangan konsumen sebelum membeli. Salah satu *coffee shop* yang menonjol di Wringinanom yaitu Kudungopi karena selalu ramai setiap hari. Pengunjung yang berdatangan tidak hanya anak remaja tetapi hingga orang dewasa. Tujuan penelitian (1) untuk mengetahui bagaimana kualitas produk minuman *coffee* Kudungopi di Wringinanom (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman *coffee* terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* Kudungopi di Wringinanom. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Penelitian dilakukan di *coffee shop* Kudungopi di Wringinanom dari 1 Januari – 29 Februari 2024. Populasi penelitian yaitu pengunjung *coffee shop* dan sampel berjumlah 133 responden. Uji hipotesis yang digunakan adalah metode distribusi frekuensi dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian (1) kualitas produk pada *coffee shop* Kudungopi dari keawetan kemasan, segel kemasan, produk yang disajikan sesuai dengan harga dan gambar, keawetan daya tahan penyimpanan produk berkualitas baik dan kemudahan kemasan untuk digunakan kembali berkualitas kurang baik (2) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *coffee shop* Kudungopi Wringinanom. Kualitas produk merupakan salah satu poin penting dalam kepuasan konsumen, karena konsumen akan merasa puas jika mendapatkan kualitas kemasan yang baik, produk yang berkualitas, dan harga sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Coffee Shop.***Abstract**

In the *coffee shop* business, product quality is the main factor that consumers consider before buying. One of the *coffee shops* that stands out in Wringinanom is Kudungopi because it is always busy every day. Visitors who come are not only teenagers but also adults. The aim of the research (1) is to find out the quality of Kudungopi *coffee* drink products in Wringinanom (2) to find out the influence of the quality of *coffee* drink products on consumer satisfaction at the Kudungopi *coffee shop* in Wringinanom. The type of research is quantitative. The research was conducted at the Kudungopi *coffee shop* in Wringinanom from 1 January – 29 February 2024. The research population was *coffee shop* visitors and the sample consisted of 133 respondents. The hypothesis test used is the frequency distribution method and simple linear regression. Research results (1) product quality at the Kudungopi *coffee shop* from packaging durability, packaging seals, products presented in accordance with price and image, durability, good quality product storage and ease of packaging for reuse, poor quality (2) Product quality has an effect on consumer satisfaction at the Kudungopi Wringinanom *coffee shop*. Product quality is an important point in consumer satisfaction, because consumers will feel satisfied if they get good quality packaging, quality products, and prices according to what consumers expect.

**Keywords:** *Product Quality, Consumer Satisfaction, Coffee shop.*

## PENDAHULUAN

Menurut Herlambang & Komara (2022) bahwa perubahan zaman yang terus menerus akan menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dalam masyarakat seperti konsumsi minuman kopi, hal ini terbesit bahwa meminum kopi di tempat coffee shop akan dipandang elit dan eksklusif. Industry coffee shop di Indonesia dapat dibilang banyak sekali, ini dikarenakan adanya pengaruh globalisasi saat ini yang memungkinkan masyarakat akan merubah gaya hidupnya dengan meminum kopi di coffee shop jika dibandingkan dengan warung atau tempat lainnya. kebanyakan perusahaan yang berdiri pada bidang coffee shop terutama di Indonesia menyebabkan adanya perhatian tersendiri untuk masyarakat yang memilih produk sesuai dengan yang diinginkan. Pada hal tersebut perusahaan juga harus cerdas dan cermat dalam membuat suatu strategi dalam mendapatkan kesukaan dari konsumennya. Pada umumnya di coffee shop yang menjadi poin utamanya adalah dari segi kualitas produk yang akan diberikan kekonsumen, hal ini akan membuat konsumen puas terhadap kualitas produk yang dihasilkan dari coffee shop.

Menurut Anggraini & Budiono (2023) bahwa kualitas produk memiliki keunggulan dari suatu produknya dengan menjelaskan mengenai kemampuan produk sehingga dapat memenuhi syarat dan spesifikasi dari kualitas produk yang dihasilkan. Ketika konsumen ingin mendapatkan kepuasan, maka produk harus sesuai dengan keinginan konsumen seperti memiliki kualitas yang bagus. Kualitas produk sendiri memiliki faktor-faktor yang penting sehingga akan menjadi pertimbangan konsumen, ketika konsumen belum memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan. Menurut Triandah et al (2017) menyatakan bahwa dalam kepuasan pelanggan dalam menentukan produk tidak lepas dari kualitas produk, pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan atas jasa/produk yang dihasilkan. Perusahaan diharuskan untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas suatu produk dan layanan sehingga kepuasan tersebut akan meningkat dengan baik, dan membuat kebutuhan pelanggan terjaga sehingga upaya perusahaan untuk mencukupi kebutuhan dan peningkatan kepuasan atas produk dan layanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Salah satu coffee shop yang paling menonjol di Wringinanom adalah Kudungopi yang mana coffee shop tersebut sangat ramai disetiap harinya, tidak hanya dihari libur Sabtu dan Minggu yang dimana biasanya tempat-tempat coffee shop tersebut selalu ramai dengan pengunjung, tetapi untuk coffee shop yang satu ini dihari kerja dari Senin sampai Jumat sekalipun selalu ramai dengan pengunjung. Pada umumnya, biasanya untuk tempat-tempat coffee shop seperti ini ramai hanya dihari libur saja. Pengunjung yang berdatangan juga dari berbagai kalangan tidak hanya dari anak remaja tetapi dari orang-orang dewasa. Coffee shop ini juga menyediakan fasilitas WiFi, playstation (PS), dan untuk menu yang ditawarkan bervariasi, terdapat makanan berat seperti nasi dan mie, makanan ringan (camilan), minuman kopi dan smoothies. Dari sekian banyak menu yang ditawarkan kepada pengunjung, kebanyakan pengunjung memesan minuman kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk minuman coffee dan apakah ada pengaruh kualitas produk minuman coffee terhadap kepuasan konsumen di coffee shop Kudungopi tersebut.

## METODE

Rancangan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan selama dua bulan pada tanggal 01 Januari 2024 – 29 Februari 2024 di Jl. Raya Lebani Waras, RT.7/RW.4, Krajan, Sumengko, Kec, Wringinanom, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan coffee shop Kudungopi dengan sampel yang dibutuhkan sebanyak 133. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada panelis dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan distribusi frekuensi dan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

## HASIL DAN PENELITIAN

### 1. Uji Distribusi Frekuensi

Dari rumusan masalah diatas, hasil penelitian akan dibuktikan dengan menggunakan uji Distribusi frekuensi yang akan disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X1) indikator keawetan kemasan

		Frequency	percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	41	30.8	30.8	30.8
	Setuju	70	52.6	52.6	83.5
	Netral	19	14.3	14.3	97.7
	Tidak setuju	3	2.3	2.3	100.0
Total		133	100.0	100.0	

hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator keawetan terhadap kemasan produk yang memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 52,6 dengan deskripsi jawaban setuju. Hal ini didukung dengan teori penelitian dari Verdiyanto et al (2023) bahwa desain pada packaging beras dihasilkan oleh UD. Putra Sultan Besuki mempunyai kualitas produk yang baik terhadap toko tersebut karena terdapat keunikan yang indah sehingga menarik konsumen untuk berminat dan membeli produk tersebut sebagai bentuk sarana untuk promosi.

Tabel 2. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X2) indikator keawetan segel kemasan

		Frequency	percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	45	33.8	33.8	33.8
	Setuju	69	51.9	51.9	85.7
	Netral	14	10.5	10.5	96.2
	Tidak setuju	5	3.8	3.8	100.0
Total		133	100.0	100.0	

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator keawetan terhadap segel kemasan yang memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 51,9 dengan deskripsi jawaban setuju.

Hal ini didukung dengan teori penelitian dari Dwiyanti & Arifiansyah (2023) bahwa produk dengan kualitas yang tinggi dengan pengaruh yang signifikansi terhadap adanya konsumen dalam membeli, hal ini sapat terjadi karena pada saat penyajian minuman mereka memberikan bentuk kualitas kemasan yang baik dan tidak mudah rusak. Hal ini juga memberikan nilai plus untuk coffee shop dari sudut yang lainnya jika dibandingkan dengan coffee shop lain.

Tabel 3. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X3) indikator keawetan daya tahan penyimpanan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	39	29.3	29.3	29.3
	Setuju	49	36.8	36.8	66.2
	Netral	31	23.3	23.3	89.5
	Tidak setuju	13	9.8	9.8	99.2
	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	100.0
Total		133	100.0	100.0	

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator keawetan terhadap daya tahan penyimpanan produk yang memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 36,8 dengan deskripsi jawaban setuju.

Hal ini didukung dengan teori penelitian sebelumnya yaitu dari Dewanti & Yuniati (2023) mengemukakan bahwa pada variabel kuantitas dan kualitas pada produk sehingga berpengaruh positif terhadap suatu keputusan dalam membeli suatu produk, sehingga hal tersebut dapat dilihat dari bentuk kemasan cup yang memiliki keunikan dan menarik, hal ini juga akan menjamin keamanan produk apabila dikemas dari 1 hari setelah pembelian, dan kemasan cup akan memberikan keamanan dari produknya.

Tabel 4. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X4) indikator keandalan produk yang disajikan sesuai dengan harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	44	33.1	33.1	33.1
	Setuju	57	42.9	42.9	75.9
	Netral	27	20.3	20.3	96.2
	Tidak setuju	5	3.8	3.8	100.0
Total		133	100.0	100.0	

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator kendalan terhadap minuman yang disajikan sesuai dengan harga memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 42,9 dengan deskripsi jawaban setuju.

Kualitas produk dengan indikator kendalan terhadap minuman yang disajikan sesuai dengan harga memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 42,9 dengan deskripsi jawaban setuju. Hal ini didukung dengan teori penelitian sebelumnya yaitu dari Marie et al (2021) mengemukakan bahwa harga secara parsial secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen yang artinya harga memiliki peran penting dengan produk yang ditawarkan.

Tabel 5. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X5) indikator kesesuaian produk dengan gambar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	44	33.1	33.1	33.1
	Setuju	51	38.3	38.3	71.4
	Netral	29	21.8	21.8	93.2
	Tidak setuju	9	6.8	6.8	100.0
Total		133	100.0	100.0	

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator kesesuaian produk yang disajikan sesuai dengan gambar memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 38,3 dengan deskripsi jawaban setuju.

Kualitas produk dengan indikator kesesuaian produk yang disajikan sesuai dengan gambar memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 38,3 dengan deskripsi jawaban setuju. Hal ini didukung dengan teori penelitian sebelumnya yaitu dari Utami & Kamilia (2017) mengemukakan bahwa kualitas produk dari segi gambar yang ditampilkan memiliki peran penting kecenderungan lebih mudah diingat oleh para pengunjung dalam menawarkan produknya.

Tabel 6. Data Distribusi Frekuensi kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi (X6) indikator kemudahan untuk digunakan kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	30	22.6	22.6	22.6
	Setuju	23	17.3	17.3	39.8
	Netral	32	24.1	24.1	63.9
	Tidak setuju	37	27.8	27.8	91.7
	Sangat tidak setuju	11	8.3	8.3	100.0
Total		133	100.0	100.0	

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) dengan indikator kemudahan untuk digunakan kembali terhadap kemasan memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 27,8 dengan deskripsi jawaban tidak setuju.

Kualitas produk dengan indikator kemudahan untuk digunakan kembali terhadap kemasan memiliki nilai presentase tertinggi yaitu 27,8 dengan deskripsi jawaban tidak setuju. Hal ini didukung dengan teori penelitian sebelumnya yaitu dari Putra et al (2022) mengemukakan bahwa kualitas produk dengan indikator keawetan kemasan mendapatkan penilaian tinggi yang artinya kualitas produk dari segi kemasan berpengaruh terhadap kopi starbucks.

## 2. Uji Regresi Linier Sederhana

Dari hipotesis diatas, hasil penelitian akan dibuktikan dengan menggunakan uji Regresi Linier Sederhana yang akan disajikan sebagai berikut.

Tabel 7. Data Regresi Linier Sederhana kualitas produk minuman coffee terhadap kepuasan konsumen di coffee shop kudungopi

Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
Regression	4.105	1	4.105	4.915	.027 <sup>a</sup>
Residual	664.857	796	.835		
Total	668.962	797			

Dari hasil analisis penelitian diatas yang menggunakan perhitungan SPSS menyatakan bahwa nilai F hitung = 4,915 dengan tingkatan signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$  dengan arti bahwa sesuai dengan hipotesis diatas yang berbunyi  $H_a$  : adanya pengaruh terhadap kualitas produk minuman coffee dengan kepuasan konsumen di coffee shop Kudu Ngopi Wringinanom dinyatakan diterima. Hasil penelitian keempat dari Poha et al (2021) mengemukakan bahwa kualitas pada produk mempunyai pengaruh yang signifikansi dan positif terhadap kepuasan konsumen, apabila produk memiliki kualitas yang menarik, unik dan baik akan membuat konsumen akan merasa puas dengan produk yang disajikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut (1) Kualitas produk minuman coffee di coffee shop kudungopi di Wringinanom dengan nilai presentase paling tinggi terdapat pada indikator keawetan kemasan, kemudian segel kemasan, produk yang disajikan sesuai dengan harga, produk yang disajikan sesuai dengan gambar, keawetan daya tahan penyimpanan produk, dan kemudahan kemasan untuk digunakan kembali berkualitas baik. Dimana kualitas produk dari segi keawetan kemasan ini menjadi nilai yang unggul dikarenakan konsumen memiliki kepuasan yang tinggi terhadap packaging yang didapatkan aman dan tidak mudah pecah. (2) Kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di coffee shop Kudungopi di Wringinanom. Kualitas produk ialah poin penting dalam kepuasan konsumen, karena konsumen juga akan mendapatkan kepuasan terkait pada kualitas kemasan yang baik, produk yang memiliki kualitas serta harga yang diharapkan oleh setiap konsumen

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan rasa syukur kepada Tuhan YME karena telah memberikan kesehatan sehingga dapat mengerjakan dan menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga yang telah sabar membimbing penulis sehingga penyelesaian karya ilmiah dapat berjalan dengan baik. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang telah memberikan semangat, do'a serta dukungan penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik karya ilmiah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F. P., & Budiono, A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 676–688.
- Dewanti, S. R., & Yuniati, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Surabaya Cabang Mulyosari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–17. [Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm3](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm3)
- Dwiyanti, A. Y., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 12 Pages.
- Evawati, D., Susilowati, S., & Misbahudin, A. R. (2024). IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN DOUBLE TRACK DI SMAN 4 SIDOARJO UNTUK MENINGKATKAN KESIAPAN BERWIRAUSAHA. *Steam Engineering*, 5(2), 98-107.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 7(2), 56. [Https://Doi.Org/10.35384/Jemp.V7i2.255](https://Doi.Org/10.35384/Jemp.V7i2.255)
- Marie, A. L., Sulistyono, T. D., Ratnaningtyas, H., & Monita, M. (2021). Pengaruh Peran Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(2), 13–17. [Https://Doi.Org/10.33005/Mebis.V6i2.230\\*](https://Doi.Org/10.33005/Mebis.V6i2.230*)
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. [Https://Doi.Org/10.47668/Pkwu.V10i1.336](https://Doi.Org/10.47668/Pkwu.V10i1.336)
- Putra, J. P., Janji, T., & Sitinjak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kop Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022. <https://Journal.Ikopin.Ac.Id/Index.Php/Fairvalue>
- Susilowati, S., Evawati, D., Nurasiyah, U., & Halimah, S. (2024). Improving Workshop Learning Outcomes With Practical Learning Methods. *Educity Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 3(4), 260-267.
- Susilowati, S., Fatmasari, F. H., Evawati, D., & Nuroctavia, A. (2023). The Influence of Learning Activities, PPT Media with Video Tutorials on Student Learning Outcomes at SMKN 8 Surabaya. *Asian Journal of Engineering, Social and Health*, 2(9), 1087-1101.
- Trianah, Li., Pranitasari, D., & Marichs, Siti Zahrani. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Stie Ekonomi*, 26(1), 105–122. [Https://Doi.Org/10.46306/Jbbe.V14i1.79](https://Doi.Org/10.46306/Jbbe.V14i1.79)
- Utami, H. N., & Kamilia, N. (2017). Persepsi Konsumen Thematic Coffee House Terhadap Merek, Kualitas Produk Dan Pelayanan Serta Nilai Pelanggan Produk Kopi Lokal (Survei Konsumen Filosofi Kopi Jakarta Selatan). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 60. [Https://Doi.Org/10.23887/Jish-Undiksha.V6i1.9870](https://Doi.Org/10.23887/Jish-Undiksha.V6i1.9870)
- Verdiyanto, Fatimah, F., & Hermawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Beras Rantau Di Ud. Putra Sultan. *Growth*, 20(2), 457. [Https://Doi.Org/10.36841/Growth-Journal.V21i1.2628](https://Doi.Org/10.36841/Growth-Journal.V21i1.2628)