

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda

Permata Indah Sari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai

No. 1 Gunung Kelua Samarinda

E-mail: Permata31031999@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial dan simultan pada Rainbow and Coffee di Samarinda. Dengan menggunakan 85 sampel yang didapat menggunakan rumus slovin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria pernah membeli produk Rainbow Bubble and Coffee minimal 1 kali. Adapun pengujian pada penelitian ini menggunakan output SPSS dan teknik analisis data yang digunakan adalah melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Adapun hasil penelitian ini adalah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kemudian pada kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda. Dan nilai r square yang didapatkan adalah sebesar 36,1% artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan atau memberikan kontribusi sebesar 36,1% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya yaitu sebesar 63,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction both partially and simultaneously at Rainbow and Coffee in Samarinda. Using 85 samples obtained using the Slovin formula with a sampling technique using purposive sampling with the criteria of having purchased Rainbow Bubble and Coffee products at least once. The testing in this study uses the SPSS output and the data analysis technique used is through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis testing, and hypothesis testing. The results of this study are that product quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, then service quality partially has a positive and significant effect on service quality at Rainbow Bubble and Coffee in Samarinda. And the r square value obtained is 36.1%, meaning that the product quality and service quality variables can explain or contribute 36.1% to consumer satisfaction, while the remaining 63.9% is influenced by other factors not examined by the author.

Keywords: Product quality; Service quality; Consumer Satisfact

Pendahuluan

Globalisasi memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan manusia, salah satu pengaruh yang sering kali terjadi ialah perubahan gaya hidup masyarakat, gaya hidup dapat dilihat

dari gambaran kegiatan, ketertarikan, dan pendapat seseorang (Sumarwan, 2002). jika ditinjau lebih spesifik seseorang dapat dilihat dari bagaimana cara dia bertahan hidup, memanfaatkan uang, dan waktu yang dimiliki. contoh gaya hidup terkini adalah sekelompok masyarakat yang gemar berkumpul dan meluangkan waktu sambil menikmati minuman.

Banyak sekali jenis minuman inovatif, dan sedang populer saat ini. minuman boba, thai tea, cheese tea, berbagai macam kopi, minuman dengan toping regal, dalgona, minuman cokelat dan lain-lain termasuk dalam kategori minuman masa kini (Listiorini, 2020). Sejarah minuman boba yaitu ditemukan pada tahun 1980, pertama kali di publikasikan oleh Liu Han-Chieh bersama salah satu pemilik kedai bernama Chun Shui Tang tepatnya di Taichung, Taiwan yang berhasil menyediakan minuman boba tersebut dengan mengkombinasikan teh, susu dan, es kemudian ditambahkan bahan dasar tepung tapioka yang dibentuk seperti bola-bola kecil dengan tekstur yang kenyal atau disebut sebagai bola tapioka (Susilawati, 2019).

Minuman boba menjadi salah satu dari banyaknya jenis minuman kekinian yang mulai bermunculan di tengah masyarakat Indonesia sejak beberapa tahun terakhir (Ilmi, 2020). Berdasarkan data terbaru yang diterbitkan oleh Allied Market Research memaparkan bahwa perkembangan pasar minuman *bubble* di tahun 2019 bernilai \$2,4 miliar dan diperkirakan mencapai \$4,3 miliar pada tahun 2027. Kesimpulannya adalah dengan adanya gaya hidup masyarakat terkini yaitu mengkonsumsi minuman *bubble* hal ini mengakibatkan tingginya permintaan konsumen dengan jenis minuman tersebut, oleh karena itu dari tahun 2020 sampai 2027 mendatang dapat diprediksikan mengalami pertumbuhan sebanyak 7,80% (alliedmarketresearch.com, 2020). Fakta tersebut didukung dengan adanya perkembangan industri nasional di bidang makanan dan minuman yang kian meningkat, hal ini dijelaskan oleh Menteri Perindustrian yaitu Agus Gumiwang Kartasasmita, subsektor makanan dan minuman dapat tumbuh sebesar 4,39% setiap tahun (Dianka, 2021)

Sekarang ini banyak bertebaran UMKM dibidang kuliner khususnya di kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, berdasarkan fenomena yang sedang terjadi membuat para pelaku UMKM menjadi tertarik membuat usaha dalam bentuk gerai minuman masa kini yang berjenis minuman bubble. berikut beberapa daftar nama usaha minuman bubble di kota Samarinda.

Tabel 1. Usaha Minuman Bubble di Samarinda

No.	Nama Usaha Minuman Bubble	Alamat	Tahun
1.	Milky Bubble Drink	Jl.Lambung Mangkurat	2019
2.	Hup Hup Boba	Jl.Siradj Salman	2019
3.	Rainbow Bubble and Coffee	Jl.Bhayangkara No.43	2012

Sumber: Diolah oleh peneliti (2021)

Salah satu usaha minuman bubble yang pertama kali didirikan di Kota Samarinda adalah Rainbow Bubble and Coffee yang tepatnya berada di Jalan Bhayangkara No.43 Kelurahan Bugis, Kecamatan Samarinda Ulu. usaha tersebut pertama kali di populerkan di Kota Samarinda pada tahun 2012 hingga saat ini yaitu tahun 2022. Didalam menu Rainbow Bubble and Coffee menyediakan beraneka ragam jenis varian rasa minuman bubble mulai dari rasa cokelat, vanilla, stroberi dan lain-lain. selain itu Rainbow Bubble and Coffee memiliki topping tambahan berupa pudding, oreo, milo dan, sebagainya. gerai tersebut juga memasarkan beberapa makanan dan hidangan penutup lain seperti burger dan ice cream.

Tabel 2. Jumlah Konsumen di Rainbow Bubble and Coffee

Bulan	Jumlah Konsumen
Maret	44
April	40
Mei	40
Juni	42
Juli	45
Agustus	41
September	43
Oktober	46
November	42
Desember	45
Januari	44
Februari	50
Maret	48
Total Konsumen	570

Sumber: *Rainbow Bubble and Coffee 2020-2021*

Dunia usaha kuliner semakin maju sehingga kepuasan konsumen ialah hal penting yang patut diperhatikan dalam mempertahankan suatu bisnis. Kepuasan konsumen yakni sebuah kondisi yang ditampilkan para konsumen ketika segala kebutuhan serta keinginan terpenuhi dan berjalan dengan lancar sesuai harapan (Tjiptono, 2012). Kepuasan konsumen dapat dimaknai sebagai hasil perbandingan antara reaksi/respon terhadap performa produk beserta harapan yang disampaikan melalui perasaan senang ataupun perasaan kecewa (Phillip Kotler & Amstrong, 2012). dengan demikian kepuasan konsumen merupakan sebuah penilaian yang diberikan oleh konsumen, apabila tak memenuhi kriteria ekspektasi maka tidak akan ada rasa kepuasan, jika sesuai ekspektasi maka akan timbul rasa puas, bahkan dapat tercipta perasaan yang sangat puas apabila melebihi ekspektasi.

Terdapat beberapa faktor berpengaruh dalam terciptanya kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Suatu produk dapat dikatakan memenuhi fungsinya bila dilihat dari kemampuan kualitas produk tersebut (Phillip Kotler & Amstrong, 2012). artinya suatu produk dikatakan berhasil jika kualitasnya baik. melalui sebuah kualitas produk konsumen mudah untuk mengukur tingkat kepuasannya. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan dalam mencapai keinginan konsumen, menurut Tjiptono (2014) dalam mewujudkan harapan-harapan para konsumen dibutuhkan segala upaya penyempurnaan kebutuhan, keinginan dan ketelitian penyampaiannya kepada konsumen. semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar peluang terciptanya kepuasan konsumen.

Terdapat penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang” menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Ningrat, 2021). Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh I G. M. Pradipta dan N. N. Yulianthini (2022) mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Yang Coffee Singaraja” menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Pradipta, 2022). Lalu hasil penelitian

yang dilakukan oleh Risatul Umami dan As'at Rizal dan Sumartik (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kedai Warsu Coffe Café” menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen” (Umami, 2019). Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Sri Reski Amrullah (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal café” yang mana menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Amrullah, 2023).

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Yang terakhir untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan metode kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Metode penelitian kuantitatif merupakan proses yang memungkinkan peneliti dalam membuat hipotesis kemudian menguji secara empiris atas hipotesis tersebut (Ferdinand, 2014). metode ini digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapat melalui pemberian kuesioner kepada seluruh responden konsumen Rainbow Bubble and Coffee di kota Samarinda. dan data sekunder dari dokumen, file, laporan hasil penelitian dan jurnal serta artikel.

Populasi digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan yang merupakan kumpulan dari seluruh elemen baik itu produk, orang, dan kejadian (Herdalena, 2019). Populasi dapat dimaknai keseluruhan dari objek penelitian yang juga memenuhi karakteristik yang telah ditentukan (Bahri, 2018). Dalam penelitian ini populasi nya ialah konsumen Rainbow Bubble and Coffee di kota Samarinda. Jumlah dari populasi dalam penelitian ini sebanyak 570 diambil dari jumlah konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda pada tahun 2020-2021. Apabila jumlah populasi melebihi 100, maka sampel yang dapat digunakan sebesar 10-15%, 20-25% bahkan 25% (Arikunto, 2013).

Sampel merupakan bagian besar dari keseluruhan populasi yang mempunyai ciri tertentu (Sugiyono, 2018). Langkah pengukuran pada sampel bertujuan menentukan seberapa besar sampel yang digunakan untuk penelitian. Penelitian yang berdasar pada jumlah populasi yang banyak dalam mengambil data akan menimbulkan kesulitan bagi peneliti oleh sebab itu diperlukan teknik penarikan sampel (Hermawan, 2020). Oleh karena itu dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin. Karena jumlah populasi telah diketahui secara jelas untuk diteliti berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh (Umar, 2014) sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini sebanyak 85 responden.

Teknik sampling yang diterapkan dalam penelitian ini ialah teknik Non probability sampling, teknik ini tidak memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Jenis metode dalam pengambilan sampel yang diterapkan yaitu *Purposive Sampling* dengan kriteria pernah membeli produk Rainbow Bubble and Coffee minimal 1 kali. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 tingkatan. Teknik analisis data pada penelitian kali ini menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Tahapan yang akan dilalui ada beberapa yaitu: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan tahapan terakhirnya adalah analisis regresi linier berganda. Kemudian uji T juga dilakukan untuk menguji satu-satu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan juga uji F dilakukan untuk menguji pengaruh kedua variabel secara bersamaan.

Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner/angket serta dokumentasi. penelitian ini dilakukan selama dua bulan dimulai dari bulan Juni hingga Juli tahun 2022 dan penyebaran kuesioner/angket dilakukan secara *offline* yakni peneliti mendatangi secara langsung gerai Rainbow Bubble and Coffee kemudian memberikan kuesioner kepada para konsumen dengan cara mengirim link *google form* berisikan sejumlah pernyataan.

Penelitian ini menggunakan uji validitas untuk mengukur sah atau tidak pada sebuah kuesioner. dalam pengukuran tersebut menggunakan analisis korelasi Bivariate Person (*Correlation Person Product Moment*). pada analisis tersebut dilakukan dengan cara melihat skor total tiap item pernyataan, kriteria penilaian r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan sebesar 0,05. rekapitulasi hasil uji validitas sebagai berikut.

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.01	0,796	0,213	Valid
	X1.02	0,645	0,213	Valid
	X1.03	0,554	0,213	Valid
	X1.04	0,704	0,213	Valid
	X1.05	0,716	0,213	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.06	0,676	0,213	Valid
	X2.07	0,713	0,213	Valid
	X2.08	0,842	0,213	Valid
	X2.09	0,566	0,213	Valid
	X2.10	0,749	0,213	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.11	0,779	0,213	Valid
	Y.12	0,736	0,213	Valid
	Y.13	0,783	0,213	Valid
	Y.14	0,450	0,213	Valid
	Y.15	0,810	0,213	Valid

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa terdapat lima belas item pernyataan yang telah dilakukan uji validitas, untuk tiap item pernyataan memiliki r hitung yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r tabel dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ yang dimana r tabel untuk jumlah sampel sebanyak 85 yaitu sebesar 0,213 berdasarkan lampiran distribusi nilai r tabel. kesimpulannya adalah maka semua item pertanyaan telah dinyatakan valid, artinya kuesioner telah memenuhi syarat validitas.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi pada sebuah kuesioner dalam penelitian. untuk pengukuran tersebut menggunakan metode *Cronbach's Alpha (a)*. pada analisis tersebut dilakukan dengan cara melihat kriteria penilaian *Cronbach's Alpha (a)* $>$ 0,60 (Sujarweni, 2015). Hasil uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,714	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,751	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,746	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2022)

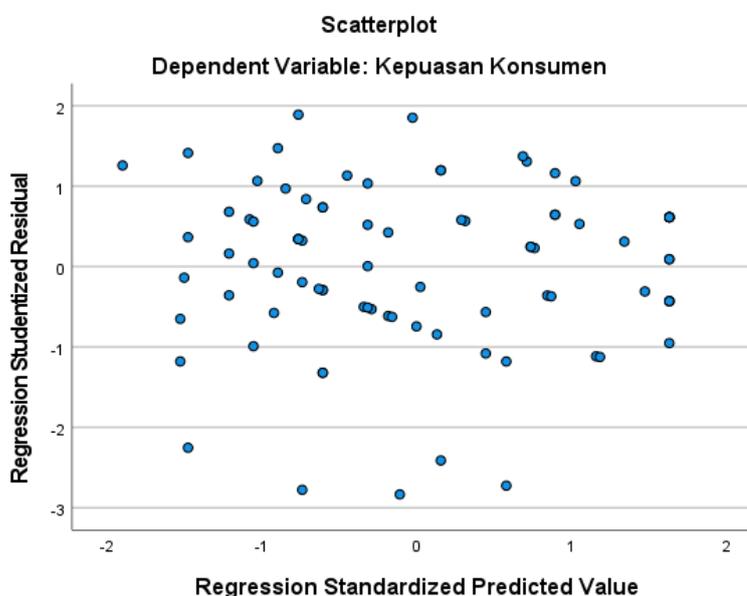
Berdasarkan paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil pengujian reliabilitas pada seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha (a)* lebih dari 0,60 artinya kuesioner didalam penelitian tersebut telah memenuhi syarat reliabilitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	0,660	1,516
Kualitas Pelayanan	0,660	1,516

Sumber: Data Diolah (2022)

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antarvariabel independen (Ghozali I. , 2016) Berdasarkan Tabel 5 diatas pada pengujian multikolinieritas menunjukkan hasil bahwa masing-masing nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransi (*tolerance*) pada Kualitas Produk yaitu $1.516 < 10,0$ dan $0,660 > 0,1$ kemudian nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransi (*tolerance*) pada Kualitas Pelayanan yaitu $1.516 < 10,0$ dan $0,660 > 0,1$. kesimpulannya adalah tidak terdapat gejala multikolinieritas diantara variabel bebas artinya penelitian tersebut telah memenuhi syarat uji multikolinieritas.



Sumber: Data Diolah (2022)

Gambar 1. Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 1 diatas pada pengujian heteroskedastisitas yang menggunakan grafik *Scatterplot* menunjukkan hasil bahwa penyebaran data (titik) tersebut menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 serta tidak terdapat pola yang jelas. kesimpulannya adalah data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Pengujian Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	7.543	2.074		3.638	<.001
Kualitas Produk	.229	.105	.236	2.176	.032
Kualitas Pelayanan	.422	.106	.432	3.973	<.001

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 6 diatas menunjukkan hasil uji t dan penjelasannya sebagai berikut:

a. Uji t Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t variabel kualitas produk dapat dilihat dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} yang nilainya sebesar $2,176 > 1,989$ kemudian nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$. artinya hipotesis H_01 ditolak dan H_a1 diterima, kesimpulannya adalah variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda.

b. Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t variabel kualitas pelayanan dapat dilihat dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} yang nilainya sebesar $3,973 > 1,989$ kemudian nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. artinya hipotesis H_02 ditolak dan H_a2 diterima, kesimpulannya adalah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda.

Tabel 7. Hasil Pengujian Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178.220	2	89.110	23.212	<.001 ^b
	Residual	314.792	82	3.839		
	Total	493.012	84			

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 7 diatas menunjukkan hasil uji F dilihat dari nilai F sebesar 23,212 maka dapat dilihat dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang nilainya sebesar $23,212 > 3,11$ kemudian nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. artinya hipotesis H_03 ditolak dan H_a3 diterima, kesimpulannya adalah variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda.

Pembahasan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda, berikut uraian mengenai pengaruh oleh masing-masing variabel.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda

Peneliti mendapatkan hasil temuan dengan fakta yang terdapat pada Rainbow Bubble and Coffee berdasarkan indikator pada Kualitas Produk. Hasil produk dengan sub indikator produk berkualitas dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 83%, hal ini berarti pihak Rainbow Bubble and Coffee telah memberikan produk yang berkualitas bermanfaat bagi konsumen yang telah mengonsumsi, membuat rasa kenyang karena porsi yang pas disertai boba yang kenyal sesuai dengan selera konsumen membuat konsumen merasa produk tersebut berkualitas. Pada sub indikator cita rasa produk dimana responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 88%, hal ini berarti pihak Rainbow Bubble and Coffee telah memberikan rasa yang enak dan sesuai dengan selera para konsumen.

Keistimewaan tambahan dengan sub indikator keragaman produk dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 93%, hal ini berarti pihak Rainbow Bubble and Coffee telah memberikan sebuah ciri khas bahwa terdapat berbagai variasi minuman *bubble* yang lebih banyak dan lengkap hingga menu lain seperti makanan ringan hingga makanan penutup yang beraneka ragam. Konfirmasi dengan sub indikator kesesuaian dengan penyajian produk dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase

sebanyak 86%, hal ini berarti pihak Rainbow Bubble and Coffee dalam menyajikan produknya telah sesuai dengan yang dipesan dan diinginkan para konsumen.

Estetika dengan sub indikator daya tarik penyajian produk dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 75%, hal ini berarti pihak Rainbow Bubble and coffee dalam memberikan tampilan yang cukup baik dari segi warna dan kemasan. oleh karena itu daya tarik penyajian produk berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda yang menggunakan SPSS menunjukkan hasil bahwa uji t pada variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen memiliki nilai t_{hitung} dan t_{tabel} sebesar $2,176 > 1,989$ artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan diperoleh nilai sig sebesar $0,032 < 0,05$ artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda, maka hal ini dapat dikatakan hipotesis (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) dan bersifat positif. makna dari positif merupakan apabila semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka akan semakin tinggi Kepuasan Konsumen begitu pula sebaliknya, apabila semakin rendah Kualitas Produk yang diberikan maka semakin rendah Kepuasan Konsumen.

Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2012) suatu produk dapat dikatakan memenuhi fungsinya bila dilihat dari kemampuan kualitas produk tersebut. artinya suatu produk dikatakan berhasil jika kualitasnya teruji dengan baik. melalui sebuah kualitas produk konsumen mudah untuk mengukur tingkat kepuasannya.

Penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang (Ningrat, 2021). Kemudian penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Yang Coffee Singaraja (Pradipta, 2021). Dan penelitian yang dilakukan oleh Risatul Umami dan As'at Rizal dan Sumartik (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café. Begitu juga dengan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas produk dan *E-Service Quality* Terhadap kepuasan Pelanggan pada *E-commerce* Kecantikan Sociolla (Santoso, 2021). Adapun hasil dari ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen namun dengan nilai yang berbeda.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda

Peneliti mendapatkan hasil temuan dengan fakta yang terdapat pada Rainbow Bubble and Coffee berdasarkan indikator pada Kualitas Pelayanan. Bukti langsung dengan sub indikator penampilan karyawan rapih dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 86%, hal ini berarti karyawan Rainbow Bubble and Coffee dalam berpakaian rapih dan seragam, sehingga dalam memberikan pelayanan konsumen telah merasa nyaman. Keandalan dengan sub indikator pelayanan tepat waktu dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 87%, hal ini berarti karyawan Rainbow Bubble and Coffee dalam memberikan pelayanan berupa estimasi waktu untuk membuat pesanan telah sesuai dengan yang dijanjikan, konsumen merasa tidak menunggu lama untuk mendapatkan produk yang diinginkan. oleh karena itu pelayanan tepat waktu berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Daya tanggap dengan sub indikator pelayanan sigap dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 87%, hal ini berarti karyawan dalam memberikan pelayanan ataupun merespon keluhan konsumen telah dilakukan secara sigap. Jaminan dengan sub indikator pengetahuan karyawan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 88%, hal ini berarti karyawan Rainbow Bubble and Coffee telah membangun kepercayaan konsumen dengan cara memberikan pelayanan berupa pengetahuan karyawan mengenai menu yang tercantum. oleh karena itu pengetahuan karyawan berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Empati dengan sub indikator Keramahan Karyawan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 92%, hal ini berarti karyawan Rainbow Bubble and Coffee peka akan kebutuhan dan keinginan konsumen berupa memberikan perhatian secara individu dan melayani dengan ramah agar membuat konsumen merasa nyaman dan tidak sungkan untuk meminta bantuan.

Berdasarkan hasil perhitungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda yang menggunakan SPSS versi 28 menunjukkan hasil bahwa uji t pada variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen memiliki nilai t_{hitung} dan t_{tabel} sebesar $3,973 > 1,989$ artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan diperoleh nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda, maka hal ini dapat dikatakan hipotesis (H_02) ditolak dan hipotesis (H_a2) diterima dan bersifat positif. makna dari positif merupakan apabila semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi Kepuasan Konsumen begitu pula sebaliknya, apabila semakin rendah Kualitas Pelayanan yang diberikan maka semakin rendah Kepuasan Konsumen.

Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang (Ningrat, 2021).

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda

Kepuasan pelanggan keseluruhan dengan sub indikator rasa puas konsumen terhadap produk yang ditawarkan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 91%, hal ini berarti para konsumen Rainbow Bubble and Coffee telah merasa puas akan produk yang telah mereka dapatkan karena sesuai dengan yang mereka ekspektasikan mulai dari hasil produk, variasi, bentuk penyajian. Pada sub indikator rasa puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 93%, hal ini berarti para konsumen telah merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.

Niat beli ulang dengan sub indikator keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali karena kualitas produk yang ditawarkan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 92%, hal ini berarti para konsumen Rainbow Bubble and Coffee bersedia mengunjungi dan membeli kembali karena kualitas produk yang mereka dapatkan sesuai dengan selera para konsumen. Kesiediaan untuk merekomendasi dengan sub indikator keinginan konsumen untuk merekomendasikan dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan presentase sebanyak 80%, hal ini berarti para konsumen Rainbow Bubble and Coffee setelah mendapatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sebelumnya, akhirnya mereka bersedia untuk memberikan rekomendasi atas pengalaman yang mereka dapatkan.

Berdasarkan hasil perhitungan antara variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda yang menggunakan SPSS versi 28 menunjukkan hasil bahwa uji F pada variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen memiliki nilai F_{hitung} dan F_{tabel} sebesar $23,212 > 3,11$ artinya nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} diperoleh nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ artinya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda, maka hal ini dapat dikatakan hipotesis (H_03) ditolak dan hipotesis (H_a3) diterima.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada

Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda. Pada variabel bebas Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda. Pada variabel bebas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rainbow Bubble and Coffee di Samarinda.

Daftar Pustaka

- alliedmarketresearch.com. (2020, April). *Bubble Tea Market by Base Ingredient (Black Tea, Green Tea, Oolong Tea, and White Tea), Flavor (Original Flavor, Coffee Flavor, Fruit Flavor, Chocolate Flavor, and Others), and Component (Flavor, Creamer, Sweetener, Liquid, Tapioca Pearls, and Others): Gl.* Retrieved from alliedmarketresearch.com: <https://www.alliedmarketresearch.com/bubble-tea-market>
- Amrullah, S. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Cafe. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 27-39.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Penerbit Andi.
- Dianka. (2021, Januari 4). *Bakal Melejit 2021, Industri Makanan dan Minuman Bisa Tumbuh 4,39 Persen*. Retrieved from TrenAsia: <https://www.trenasia.com/bakal-melejit-2021-industri-makanan-dan-minuman-bisa-tumbuh-439-persen/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdalena. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Switching Intention.
- Hermawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Ilimi, V. &. (2020). MINUMAN KEKINIAN DI KALANGAN MAHASISWA DEPOK DAN JAKARTA. *Indonesian Journal of Health Development*, 83-91.
- Listiorini. (2020, Oktober 9). *20 Minuman yang Lagi Hits dan Kekinian di Tahun 2021*. Retrieved from Bacaterus.com: <https://bacaterus.com/minuman-yang-lagi-hits/>
- Ningrat, M. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang.
- Phillip Kotler & Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Pradipta, I. G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Yang Coffee Singaraja. *PROSPEK Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Santoso, W. &. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Agora*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Susilawati, D. (2019, September 26). *Sejarah Munculnya Minuman Boba*. Retrieved from Republika : <https://ameera.republika.co.id/berita/pyf4f2328/sejarah-munculnya-minuman-boba>

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran ed. 3*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umami. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. . *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*.

Umar. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RAJAWALI PERS.