

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TASTE, SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT FOX COFFEE JEMBER

Askia Salsabila Falina¹, Wahyu Eko Setianingsih², Wenny Murtaliningtyas³

^{1,2,3} FEB, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Askiafalina23@gmail.com¹, setianingsih@unmuhjember.ac.id², wennymurtaliningtyas@unmuhjember.ac.id³

ABSTRACT

In the beginning, many parents enjoyed coffee with a mixture of black coffee without sugar which we usually called Ireng coffee. This Fox Coffee Jember shop can serve orders online due to the increasingly rapid development of technology. They collaborate with Grabfood and Gofood which makes it easier for customers to order from home. This shows that the Fox Coffee Jember shop always follows developments and trends in society. The aim of this research is to determine the influence of taste, service quality and product quality on partial customer satisfaction. The type of research used in this research is quantitative. The population in this study were Fox Coffee Jember customers and the sample taken was 85 people with a sampling technique using purposive sampling. Data collection methods are observation and questionnaires via Google Form. The data analysis used is multiple linear regression, while hypothesis testing uses the t test. The research results show that the dimensions of taste, product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction at Fox Coffee Jember.

DOI: 10.31000/combis.v6i2.11291

Article History:

Received: 29/04/2024

Reviewed: 02/05/2024

Revised: 03/05/2024

Accepted: 31/05/2024

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

ABSTRAK

Pada awalnya, kopi banyak dinikmati oleh orang tua dengan racikan kopi hitam tanpa gula yang biasanya kita sebut kopi ireng. Kedai Fox Coffee Jember ini bisa melayani order secara online dikarenakan semakin pesatnya perkembangan teknologi. Mereka bekerjasama dengan Grabfood dan Gofood yang memudahkan pelanggan untuk memesan dari rumah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedai Fox Coffee Jember selalu mengikuti perkembangan dan tren yang ada di masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara cita rasa, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pelanggan Fox Coffee Jember dan sampel yang diambil 85 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data dengan observasi dan kuesioner melalui Google Form. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, sedangkan pengujian hipotesisnya menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan dimensi cita rasa, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember.



INTRODUCTION

Kopi merupakan salah satu hasil pertanian terbaik yang ada di Indonesia. Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia bersama Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Diakui atau tidak, perdagangan dan produksi kopi merupakan warisan masa penjajahan Belanda. Bahkan setelah mereka pergi, masyarakat Indonesia memodifikasinya dengan cara kita sendiri. Pada awalnya, kopi banyak dinikmati oleh orang tua dengan racikan kopi hitam tanpa gula yang biasanya kita sebut kopi ireng. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman, saat ini kopi memiliki berbagai macam varian dan rasa serta diminati oleh kalangan anak muda. Seperti yang kita ketahui, anak muda zaman sekarang sering nongkrong dengan teman-temannya dan salah satu tempat yang dituju yaitu *coffee shop*. *Coffee shop* tidak hanya dijadikan tempat untuk nongkrong atau bercengkerama dengan teman-teman saja tetapi *coffee shop* juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas dan belajar sambil menikmati suasana dan sensasi kopi yang disajikan di *coffee shop* tersebut.

Saat ini, persaingan usaha *coffee shop* semakin ketat. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memiliki suatu hal yang berbeda. Cita rasa bisa menjadi alternatif untuk membedakan suatu *coffee shop* satu dengan yang lainnya. Cita rasa bisa menjadi poin lebih bagi pelanggan untuk datang kembali dan merasa puas karena tidak ada tempat lain yang memiliki cita rasa yang sama dan nikmat ini. Menurut (Drummond & Brefere, 2019) dalam kutipan (Jamal & Busman, 2021) cita rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. Berdasarkan pendapat (Drummond KE & Brefere LM, 2019), ada lima indikator yang akan digunakan untuk mengukur cita rasa ini, yaitu pertama bau, ciri khas dan aroma, kedua rasa dan yang ketiga tekstur atau bentuk dari produk tersebut. Dengan adanya cita rasa ini menjadikan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Jember merupakan salah satu kota yang ada di Jawa Timur yang penduduknya memiliki berbagai ras dan budaya yang berbeda-beda. Kota Jember seringkali disebut sebagai kota pelajar dikarenakan banyaknya perguruan tinggi yang ada di Jember. Oleh karena itu, banyak masyarakat pendatang khususnya yang berstatus mahasiswa tinggal di kota Jember. Padatnya rutinitas kegiatan sebagai mahasiswa membuat seseorang mudah stres, lelah dan jenuh dengan tugas-tugas sehingga membutuhkan ruang untuk bersantai dengan cara mengistirahatkan diri dan pikiran. Selain itu, Jember juga menjadi salah satu kota penghasil kopi di Indonesia sehingga tidak heran apabila banyaknya kedai kopi yang menjamur di kota Jember.

Fox Coffee Jember merupakan salah satu usaha di Kabupaten Jember yang bergerak dalam bidang kafe minuman, terletak di Jalan Bondoyudo, Kp. Using, Jember Lor, Kec. Patrang, Kab. Jember. Kafe ini berkonsep vintage namun didesain secara modern. Ditengah persaingan *coffee shop* yang semakin ketat saat ini, fox coffee yang berdiri sejak Desember 2019 mencoba merebut pangsa pasar di wilayah Jember kota. Dengan suasana vintage yang nyaman dan erat dengan suasana rumah. *Coffee shop* ini menarik untuk diteliti karena ditengah persaingan yang sangat ketat pada *coffee shop* terbukti Fox Coffee mampu bersaing, hal ini dapat diketahui dari meningkatnya jumlah pembelian dalam satu tahun. Hal ini <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

Analysis Of The Influence Of Taste, Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction At Fox Coffee Jember by Askia Salsabila Falina¹, Wahyu Eko Setianingsih², Wenny Murtaliningtyas³

mengindikasikan bahwa konsumen banyak yang menyukai Fox Coffee Jember dan melakukan pembelian pada kafe tersebut. Dalam berupaya menciptakan kepuasan konsumen untuk dapat bersaing terutama dengan *coffee shop* yang sudah berdiri dan terkenal di Kota Jember.

Menurut (Kurniawan, 2020) perusahaan diharapkan mampu menciptakan produk yang diharapkan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan dalam menciptakan produk diharapkan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Meningkatkan penjualan merupakan tujuan utama dalam sebuah bisnis, dengan begitu dapat dilihat dari data penjualan yang didapatkan di Fox Coffee Jember selama 1 tahun pada tahun 2022 sebagai berikut :

Tabel 1 Data Penjualan Fox Coffee Jember Selama 1 Tahun (2022-2023)

Bulan	Penjualan	Naik/Turun
November (2022)	738 minuman	-
Desember (2022)	769 minuman	(+) 31 minuman
Januari (2023)	655 minuman	(-) 114 minuman
Februari (2023)	712 minuman	(+) 57 minuman
Maret (2023)	593 minuman	(-) 119 minuman
April (2023)	641 minuman	(+) 48 minuman
Mei (2023)	569 minuman	(-) 72 minuman
Juni (2023)	832 minuman	(+) 263 minuman
Juli (2023)	719 minuman	(-) 113 minuman
Agustus (2023)	742 minuman	(+) 23 minuman
September (2023)	867 minuman	(+) 125 minuman
Oktober (2023)	783 minuman	(-) 84 minuman

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari Tabel 1 menunjukkan bahwa Fox Coffee Jember mengalami penjualan yang naik turun setiap bulannya, terlihat pada bulan Juli mengalami penurunan sebesar 113 minuman, dan mengalami peningkatan yang drastic pada bulan Juni sebesar 263 minuman. Dapat diartikan bahwa penjualan Fox Coffee Jember dapat dikatakan baik, dengan adanya cita rasa, kualitas pelayanan serta produk yang nyaman dan strategi promosi yang dilakukan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan dari semua kalangan untuk meningkatkan penjualan pada Fox Coffee Jember.

Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan peneliti terdapat beberapa masalah seperti rasa kopi yang terlalu cepat hilang keaslian kopi nya dikarenakan es batu yang cepat mencair sehingga merubah cita rasa kopinya, pelayanan yang kurang memuaskan dikarenakan terkadang waitress salah memberikan pesanan yang dipesan pelanggan serta semakin banyaknya *competitor coffee shop* yang ada di Jember. Selain itu, wi-fi yang ada di Fox Coffee juga menjadi salah satu hal yang kurang memuaskan pelanggan dikarenakan wi-fi yang ada di Fox Coffee sering trouble dan jika kafe sedang ramai maka wi-fi akan terasa begitu lambat. Hal ini sudah sering terjadi dan pelanggan juga sudah sering menyampaikan ke pihak kafe masalah

wi-fi nya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Fox Coffee Jember.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti berkeinginan meneliti Fox Coffee Jember dengan judul Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Fox Coffee Jember.

LITERATURE REVIEW

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Menurut (Husna, 2021) dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya dari Universitas Labuhanbatu, bahwa Kualitas pelayanan (X1), Promosi (X2), Harga (X3), Kualitas produk (X4), dan Cita rasa (X5) secara simultan ditemukan pengaruh yang nyata kelima variabel secara simultan untuk menentukan Kepuasan pelanggan (Y) pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya dengan kontribusi sebesar 22,9%. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arianto, 2021) yaitu dari variabel, indikator dan objeknya. Perbedaan variabel antara penelitian ini dengan penelitian diatas yaitu penelitian ini tidak menggunakan variabel promosi dan harga. Untuk objeknya sendiri penelitian ini mengambil objek Fox Coffee Jember yang bergerak pada bidang minuman kafe khususnya kopi sedangkan penelitian diatas mengambil objek Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya yang bergerak dalam bidang makanan.

Cita Rasa

Cita rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa (Jamal & Busman, 2021).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta kecepatan terpenuhinya harapan pelanggan. Kualitas layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan ketika pelanggan bekerja sama dengan perusahaan tersebut (Juita & Widaningsih, 2023).

Kualitas Produk

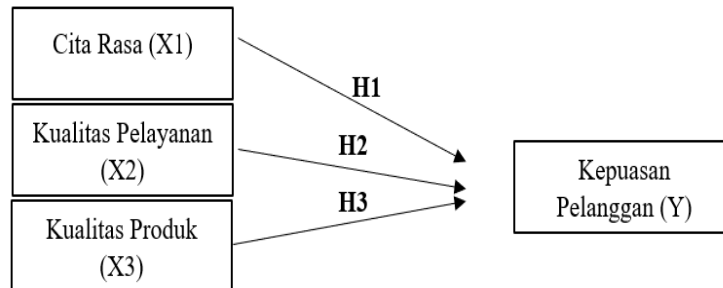
Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Manggala & Adirineksa, 2022).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan (Wiryawan & Puspita, 2020).

Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian ini adalah cita rasa, kualitas pelayanan, dan kualitas produk sebagai variabel bebas. Kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Kerangka konseptual ini diuji secara parsial.



Gambar 2 Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 : Cita Rasa Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

H2 : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

H3 : Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

METHODS

Sampel

Pengambilan sampel menggunakan rumus Ferdinand dimana jumlah indikator berada diantara 5 sampai 10 dan dikalikan jumlah indikator yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan 17 indikator, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 85 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Menggunakan sampel *purposive sampling* dengan kriteria Responden yang pernah membeli kopi di Fox Coffee Jember minimal dua kali pembelian.

Definisi Operasional Variabel

Cita Rasa

Menurut Maimunah (2019) dalam kutipan (Suherman & Hongdiyanto, 2020) Cita rasa merupakan cara dalam pemilihan makanan atau minuman yang dibedakan dari rasa itu.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2012) dalam kutipan (Widodo, 2021) kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas Produk

Menurut (Kotler & Keller, 2019) dalam kutipan (Widyana & Naufal, 2021) , kualitas produk kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kuswadi dalam Hutasoit, 2011) dikutip dalam (Aprianto, 2019) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan kepada mereka.

RESULTS

Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,997	,715		1,395	,167
	cita_rasa	,115	,074	,121	2,571	,000
	kualitas_pelayanan	,176	,058	,299	3,020	,000
	kualitas_produk	,268	,048	,529	5,576	,000

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut: $Y = 2,997 + 0,115X_1 + 0,176X_2 + 0,268X_3$

Berdasarkan model regresi linear berganda diatas, didapatkan informasi sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 2,997 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) maka variabel dependent Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya adalah 2,997
2. Koefisien regresi pada variabel cita rasa sebesar 0,115 dan positif artinya jika variabel cita rasa mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel cita rasa akan menurunkan nilai dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,115.
3. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,176 dan positif artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel kualitas pelayanan akan menurunkan nilai dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,176.
4. Koefisien regresi pada variabel kualitas produk sebesar 0,268 dan positif artinya jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel kualitas produk akan menurunkan nilai dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,268.

Uji Hipotesis
Uji T

Tabel 3 Hasil Uji T

Variabel	t-Hitung	t-Tabel	Sig
Cita Rasa (X1)	2,571	1,990	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)	3,020	1,990	0,000
Kualitas Produk (X3)	5,576	1,990	0,000

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa :

1. Cita Rasa (X1)

Sesuai dengan data analisis yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa pengaruh cita rasa (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah nilai t hitung 2,571 > nilai t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Sesuai dengan data analisis yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah nilai t hitung 3,020 > nilai t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

3. Kualitas Produk (X3)

Sesuai dengan data analisis yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah nilai t hitung 5,576 > nilai t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,789	,781	,797

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R²) 0,789 bahwa variabel-variabel cita rasa (X1) , kualitas pelayanan (X2), kualitas produk (X3),

dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 78,1%, sedangkan 21,9% sisanya merupakan variabel lain yang tidak bisa dijelaskan.

PEMBAHSAN

Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Fox Coffee Jember

Hasil dari hipotesis yang pertama telah dipaparkan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Drummond KE & Brefere LM. (2019) cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas di suatu rumah makan, akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak dipungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner, semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan para pengusaha. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas. Perilaku seseorang dalam menikmati segala apa yang dikonsumsi pasti yang pertama menilai dari rasa makan yang akan di makan cita rasa ataupun *food quality* itu sendiri. Cita rasa yang tinggi membuat seseorang bisa menilai rasa dari makan tersebut layak di konsumsi atau tidak. Cita rasa dari makanan merupakan salah satu keunggulan hal penting dalam mendirikan rumah makan. Rumah makan yang memiliki kualitas produk dengan kualitas cita rasa yang tinggi akan menumbuhkan konsumen yang tinggi pula.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa yang ada pada Fox Coffee Jember memiliki ciri khas sendiri yang membuat pelanggan merasa puas dan nyaman ketika berkunjung di Fox Coffee Jember. Dengan olahan kopi nya sendiri membuat Fox Coffee Jember selangkah lebih unggul dari kedai kopi lainnya. Pada hasil uji hipotesis secara parsial / uji t, variabel cita rasa (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai thitung > ttabel 2,571 > 1,990. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Bima, 2019), (Sianturi et al., 2021) dan (Prasasti & Maisara, 2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fox Coffee Jember

Hasil dari hipotesis yang kedua telah dipaparkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Tjiptono, Sunyoto 2021) dalam kutipan (Longdong et al., 2022) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. (Danang, 2019) dalam kutipan (Idahwati et al., 2021), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen" Ada beberapa pendapat mengenai pengertian kualitas pelayanan yang memiliki berbagai definisi yang berbeda. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut (Tjiptono, 2019) dalam kutipan (Santoso, 2019), pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Fox Coffee Jember mampu membuat pelanggan merasa puas dan nyaman ketika berkunjung ke Fox Coffee Jember. Para *waiters* yang dengan tanggap memberikan saran menu kopi yang sesuai dengan yang diinginkan pelanggan menjadi salah satu hal bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi standar pelanggan. Pada uji hipotesis secara parsial / uji t, variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai thitung > ttabel 3,020 > 1,990. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Khairusy & Febriani, 2020) dan (Herlambang & Komara, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Fox Coffee Jember

Hasil dari hipotesis yang ketiga telah dipaparkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Harjanto, 2019) dalam kutipan (Ziadi, 2020) produk merupakan objek yang berwujud (*tangible*), maupun yang tidak berwujud (*intangible*) yang dapat dibeli orang. Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2019) dalam kutipan (Manihuruk, 2023) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Kotler dan Keller (2019) dalam kutipan (Amir, 2020) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, Juran dalam (Nasution, 2019). Nasution (2019) dalam kutipan (Yulianti, 2018) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen atau konsumen. Tjiptono (2019) dalam kutipan (Kurniasari, 2018) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk Fox Coffee Jember membuat pelanggan merasa puas dikarenakan dari olahan kopi dan pemilihan bahan baku yang dipakai terjamin rasanya. Hal ini yang membuat Fox Coffee Jember banyak disukai pelanggan dan menjadi pesaing yang berkualitas bagi kedai kopi lainnya. Pada uji hipotesis secara parsial / uji

t, variabel kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai thitung > ttabel $5,576 > 1,990$. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Herlambang & Komara, 2021) dan (Widodo, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dan cita rasa (X1), kualitas pelayanan (X2), kualitas produk (X3) terhadap kepuasan pelanggan. Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember. Hasil temuan ini berarti semakin baik Fox Coffee Jember dalam meningkatkan cita rasa maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember. Hasil temuan ini berarti semakin baik Fox Coffee Jember dalam meningkatkan kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember. Hasil temuan ini berarti semakin baik Fox Coffee Jember dalam meningkatkan kualitas produk maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan Fox Coffee Jember.

Saran

1. Bagi Perusahaan (Fox Coffee Jember)
 - a. Sebaiknya Fox Coffee Jember lebih meningkatkan lagi cita rasa yang berbeda dari kompetitornya karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 - b. Sebaiknya Fox Coffee Jember lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 - c. Sebaiknya Fox Coffee Jember lebih meningkatkan kualitas produk karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya yang terkait dengan kepuasan pelanggan.
 - b. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga benar-benar dapat mewakili populasi dalam penelitian ini agar hasil penelitian bisa lebih akurat.

BIBLIOGRAPHY

Aeni, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 94–100.

Analysis Of The Influence Of Taste, Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction At Fox Coffee Jember by Askia Salsabila Falina¹, Wahyu Eko Setianingsih², Wenny Murtaliningtyas³

- Aprianto, R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1).
- Aquino, R., & Alam, W. D. K. (2023). *Efek Mediasi Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empirik SPBU Konsumen PT. Pertamina (Persero) Terminal Gerem, Marketing Operation Region III Di Cilegon Banten)*.
- Govinaza, A., & Budiani, M. S. (2022). Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X. *Jurnal Psikologi*, 9(5), 143–152.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). 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), 56–64.
- Idahwati, E. M. S. N., Gultom, D. S. V., Situmorang, G. T., & Arindi, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Cleaning Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. ISS Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1), 193–207.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat di Kabupaten Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34.
- Juita, B. S., & Widaningsih, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bpw Clean Bandung Tahun 2022. *EProceedings of Applied Science*, 9(2).
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 19–30.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada swiss belhotel maleosan manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1–11.
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288.

Analysis Of The Influence Of Taste, Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction At Fox Coffee Jember by Askia Salsabila Falina¹, Wahyu Eko Setianingsih², Wenny Murtaliningtyas³

- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Sari, H. P. R. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49.
- Wiryan, D., & Puspita, S. A. (2020). Pengaruh Dimensi Pengalaman Pasca Pembelian Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Shopee Di Bandar Lampung). *BISNIS DAN MANAJEMEN*, 16(2), 138.