

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA SEULAWAH KUPI MEDAN)

Putri Khoirun Nisa Harahap, Nurul Wardani Lubis

Manajemen, Fakultas Ekonomi, UNIMED

Email: pkhairunnisa561@gmail.com, nurulwardani@unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan. Penelitian ini menggunakan metode accidental sampling dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala Likert dan diolah secara statistik dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dan diolah dengan program SPSS 25.00 for Windows. Analisis data menggunakan uji F dan uji T untuk pengujian hipotesis dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian parsial (uji T) ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $3,984 > t$ tabel $1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $4,651 > t$ tabel $1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan pengujian simultan (uji F) ditemukan bahwa kualitas produk dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan dengan nilai F hitung $168,240 > F$ tabel $3,091$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,776$ atau $77,6\%$ menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan fasilitas, sedangkan sisanya $22,4\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

research aims to determine the influence of product quality and facilities on customer satisfaction at Seulawah Kupa Medan. This research used an accidental sampling method with a total of 100 respondents. The data collection technique used is distributing questionnaires whose measurements use a Likert scale and are processed statistically using the Multiple Linear Regression Analysis method and processed using the SPSS 25.00 for Windows program. Data analysis uses the F test and T test for hypothesis testing and multiple linear regression analysis. The research results show that based on partial testing (T test), it was found that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t value of $3.984 > t$ table 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$. Facilities also have a positive and significant effect on customer satisfaction with a t value of $4.651 > t$ table 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$. Based on simultaneous testing (F test), it was found that product quality and facilities together have a positive and significant effect on customer satisfaction at Seulawah Kupa Medan with an F value of $168.240 > F$ table 3.091 and a significance of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value of 0.776 or 77.6% indicates that customer satisfaction is influenced by product quality and facilities, while the remaining 22.4% is influenced by other factors outside this research.

Keywords: Product Quality, Facilities, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat dinamis, menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menarik perhatian konsumen. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan inovatif agar mampu bertahan. Perusahaan di berbagai sektor dituntut untuk dapat memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, mengingat konsumen saat ini semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan mereka beli berdasarkan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami dinamika kebutuhan konsumen dan terus mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Peluang bisnis dapat ditemukan melalui pengamatan terhadap fenomena sosial di masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul adalah tingginya tingkat kesibukan masyarakat dalam aktivitas belajar dan bekerja yang menimbulkan tekanan, sehingga mereka membutuhkan ruang untuk beristirahat sejenak dari rutinitas yang padat.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, diperlukan tempat untuk melepas penat, salah satunya adalah tempat untuk menikmati kopi seperti cafe. Para pengusaha cafe saat ini mampu menyediakan menu dan konsep yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk bersantai dan melepas lelah dari

aktivitas sehari-hari. Industri minuman kopi masih mencatat pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia.

Pada data gambar diatas Data menunjukkan bahwa Indonesia masih mendominasi sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia pada tahun 2024/2025, dengan kontribusi produksi kopi global mencapai 8,3%, atau setara dengan 654 ribu kilogram pada tahun 2024. Indonesia merupakan salah satu negara Asia yang memproduksi kopi dalam jumlah sangat besar setiap tahunnya. Selain sebagai produsen, masyarakat Indonesia juga memiliki budaya minum kopi yang kuat, sehingga tidak mengherankan jika banyak perusahaan di Indonesia menyediakan menu minuman kopi dalam produknya.

Sebagai negara kepulauan yang terdiri dari berbagai provinsi, Indonesia memiliki kota-kota besar dengan karakteristik unik. Medan merupakan salah satu kota besar yang memiliki masyarakat dengan latar belakang sosial, ekonomi, pekerjaan, dan pendidikan yang beragam. Keberadaan berbagai perguruan tinggi dan perusahaan besar menjadikan Medan ramai dengan pendatang yang menetap untuk menempuh pendidikan atau karir. Rutinitas yang padat dapat menimbulkan stres, sehingga kebutuhan akan ruang untuk beristirahat meningkat, baik dalam bentuk hiburan seperti live music, karaoke, atau sekadar berkumpul bersama teman sambil menikmati secangkir kopi di cafe. Banyaknya usaha cafe di Medan mengakibatkan persaingan yang ketat antar pelaku

bisnis. Cafe menjadi pilihan bagi kaum muda Medan untuk melakukan pertemuan kelompok, berdiskusi, atau sekadar duduk santai berbincang.

Dalam era global saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, menuntut perusahaan untuk memaksimalkan kinerjanya agar mampu bersaing di pasar. Salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat dan mengalami persaingan ketat adalah bidang kuliner. Persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis yang menawarkan produk sejenis namun dengan variasi harga dan pelayanan yang berbeda. Dengan demikian, pelaku bisnis dituntut untuk merancang strategi guna menarik pelanggan agar tertarik mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga dapat unggul dari para pesaing (Aryani & Febrina, 2010)

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah bisnis dan menjadi prioritas yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan, khususnya di bidang kuliner. Saat ini, semakin banyak pelaku bisnis kuliner yang memahami pentingnya kepuasan konsumen dan merancang strategi untuk memberikan kepuasan tersebut.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Fokus utama dari setiap bisnis, terutama yang bergerak di bidang makanan dan minuman, adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler et al., 2021), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul pada seseorang setelah membandingkan

antara kinerja produk yang dipersepsikan dengan kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan mereka telah dipenuhi oleh perusahaan sesuai dengan harapan. Ketika suatu produk memberikan nilai tambah, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat dan kemungkinan mereka untuk menjadi pelanggan setia dalam waktu lama akan semakin besar.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas adalah gambaran keseluruhan sifat dari suatu produk atau jasa pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memberikan kepuasan kebutuhan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, serta atribut lain yang bernilai pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan suatu perusahaan yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat, atau sering dikatakan "sesuai dengan tujuan".

Pengertian Fasilitas

Dalam penggunaan produk dari suatu perusahaan, konsumen akan melakukan perbandingan harga, memilih layanan yang terbaik, dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap. Fasilitas merupakan salah satu sumber utama yang harus tersedia sebelum produk ditawarkan. Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016), fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Menurut (Lupiyoadi, 2012), fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan, dan peralatan. Menurut (Hasan, 2013), fasilitas adalah jumlah uang yang dibebankan atas

produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut. Fasilitas merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Seulawah Kupa Medan yang beralamat di Bundaran kompleks MMTC pancing, Jl. Williem Iskandar, Kota Medan, Sumatera Utara 20222., Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan selesai 2025.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dalam bentuk angka yang dapat dihitung yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data numerik (angka), dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner tertutup dan dianalisis secara statistik untuk melihat hubungan antar variable.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat

kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas maka populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Seulawah Kupa di tahun 2024 yang berjumlah 22.400 orang.

Sampel

1.411 1.103 1.141 1.390 3.280 1.800
2.400 2.760 2.180 1.900 1.875 1.700
22.400

Sumber : Seulawah Kupa Medan

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan karakteristik populasi dan digunakan untuk menarik kesimpulan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel diambil karena tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan pendekatan accidental sampling. Metode yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria sebagai responden sehingga dapat dijadikan sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

ktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

4.7 Hasil dan Pembahasan

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan bagaimana pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan (Y) di Seulawah Kupa. Penelitian ini diteliti dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada konsumen di Seulawah Kupa. Dimana teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dibantu dengan program SPSS 25 For Windows. Berdasarkan hasil

analisis, maka pembahasan mengenai penelitian ini sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Seulawah Kupa Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Seulawah Kupa MMTC Medan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.984 dengan t tabel sebesar 1.984 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena nilai t hitung $(3.984) > t \text{ tabel } (1.984)$ dan $\text{Sig.}(0.000) < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, diterima. Dengan demikian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai beta untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0.293 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas produk, dengan asumsi variabel lain konstan, akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.293 satuan atau 29,3%. Artinya, semakin baik kualitas produk yang disajikan Seulawah Kupa, seperti tampilan penyajian yang menarik, porsi yang memadai, aroma yang menggugah selera, rasa yang lezat, bentuk yang proporsional, serta warna yang menarik, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil ini mempertegas bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama di industri kuliner yang

74

mengedepankan cita rasa dan pengalaman bersantap. Ketika kualitas produk mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan, maka pelanggan cenderung merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kotler & Keller, 2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, dan atribut lainnya yang

berfungsi memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian ini juga mendukung temuan (Pratama et al., 2023) dalam karya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Mie Gacoan Diponegoro Lampung Terhadap Kepuasan Konsumen" yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam konteks Seulawah Kupa, kualitas produk yang baik menjadi alasan utama pengunjung datang, tidak hanya untuk menikmati kopi dan makanan khas Aceh, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman kuliner yang autentik dan memuaskan. Kualitas produk yang konsisten dan sesuai harapan dapat menciptakan pengalaman positif yang berkesan bagi pelanggan, sehingga berpotensi mendorong pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Meskipun demikian, hasil observasi lapangan dan pra-survei menunjukkan bahwa Seulawah Kupa masih menghadapi beberapa kendala dalam hal kualitas produk. Berdasarkan Tabel 1.2, sebagian besar responden (61,3%) menyatakan bahwa rasa makanan dan minuman di Seulawah Kupa tidak konsisten di setiap kunjungan. Selain itu, 58,1% responden menilai bahwa tampilan produk kurang menarik ketika disajikan, 54,8% merasa aroma makanan kurang menggugah selera, dan 52,3% menilai produk yang disajikan tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu. Ketidakkonsistenan dalam kualitas produk ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berpotensi mengurangi minat pengunjung untuk datang kembali.

Apabila hal-hal tersebut tidak segera diperbaiki, maka kepuasan pelanggan akan terus menurun dan berpotensi mengurangi daya saing Seulawah Kupa di tengah persaingan bisnis cafe yang semakin ketat di Kota Medan. Peningkatan pada aspek konsistensi rasa, tampilan penyajian yang lebih menarik, aroma yang lebih menggugah, serta kesesuaian produk dengan deskripsi menu menjadi penting agar Seulawah Kupa mampu mempertahankan kepuasan pelanggan serta meningkatkan loyalitas konsumen secara berkelanjutan. Selain

itu, hasil analisis skor pada variabel kualitas produk

75

menunjukkan bahwa skor tertinggi, yaitu 379, terdapat pada pernyataan "Produk Seulawah Kupa memiliki tampilan yang menarik." Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual atau penampilan produk memiliki daya tarik kuat bagi konsumen. Penyajian yang menarik secara estetika mampu menimbulkan kesan positif pertama dan meningkatkan selera pelanggan untuk mencoba produk. Tampilan yang baik juga mencerminkan perhatian cafe terhadap detail dan kualitas, yang dapat memperkuat citra positif di mata konsumen. Dengan kata lain, elemen visual dari produk berperan penting dalam menciptakan kesan pertama yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Sebaliknya, skor terendah, yaitu 346, terdapat pada pernyataan "Rasa produk yang disajikan Seulawah Kupa konsisten di setiap kali kunjungan." Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsistensi rasa menjadi masalah utama yang perlu mendapat perhatian serius dari pihak manajemen. Inkonsistensi rasa dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti variasi dalam takaran bumbu, perbedaan teknik pengolahan antar koki, atau fluktuasi kualitas bahan baku yang digunakan. Ketidakkonsistenan ini membuat pelanggan merasa tidak yakin akan mendapatkan pengalaman yang sama seperti kunjungan sebelumnya, yang dapat menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap cafe.

Oleh karena itu, diperlukan standarisasi resep dan prosedur memasak yang ketat, pelatihan rutin bagi staf dapur, serta kontrol kualitas bahan baku yang lebih konsisten. Dengan memastikan bahwa setiap produk yang disajikan memiliki standar rasa yang sama, Seulawah Kupa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan mendorong kunjungan berulang. Konsistensi kualitas produk bukan hanya mencerminkan profesionalisme, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

4.7.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Seulawah Kupa Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa variabel Fasilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Seulawah Kupa MMTC Medan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4.651 lebih besar daripada t tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena t hitung (4.651) > t tabel (1.984) dan Sig. (0.000) < 0.05, maka

76

dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti bahwa variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai beta untuk variabel Fasilitas sebesar 0.346 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel fasilitas, dengan asumsi variabel lain konstan, akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.346 satuan atau 34,6%. Dengan kata lain, semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan oleh Seulawah Kupa, seperti kebersihan ruangan, penataan ruang yang nyaman, perlengkapan yang memadai, pencahayaan yang baik, serta fasilitas pendukung seperti toilet, musholla, parkir, dan Wi-Fi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil ini memperkuat pandangan (Tjiptono, 2015) yang menyatakan bahwa fasilitas adalah segala bentuk sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan guna menunjang pelayanan terhadap pelanggan. Fasilitas yang baik akan menciptakan suasana yang nyaman, menyenangkan, dan mendukung interaksi pelanggan dengan produk atau layanan secara optimal. Hal ini akan menimbulkan persepsi positif terhadap perusahaan serta memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas keseluruhan layanan yang diterima.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil studi (Akbar et al., 2021) dan (Pambudy & Handayati, 2015) yang menyimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks Seulawah Kupa, semakin sesuai dan

memadai fasilitas yang disediakan dengan kebutuhan konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas dan melakukan kunjungan berulang. Bagi konsumen yang menginginkan tempat untuk bersantai, fasilitas seperti tempat duduk yang nyaman dan pencahayaan yang baik menjadi penting, sedangkan bagi mereka yang datang untuk bekerja atau belajar, ketersediaan Wi-Fi dan stop kontak menjadi faktor yang sangat diperhatikan. Namun demikian, hasil observasi lapangan dan pra-survei menunjukkan bahwa Seulawah Kupa masih menghadapi beberapa kendala terkait fasilitas. Berdasarkan Tabel 1.3, sebagian besar responden (66,7%) menyatakan bahwa kebersihan ruangan, toilet, dan musholla kurang terjaga dengan baik. Selain itu, 67,7% responden menilai bahwa jarak setting meja antar pelanggan tidak sesuai atau terlalu rapat, 70% merasa Wi-Fi yang disediakan tidak lancar, dan 55,2% menyatakan bahwa stop kontak listrik pada setiap meja tidak tersedia atau terbatas jumlahnya.

Hasil Google Review juga mengkonfirmasi permasalahan ini, di mana banyak pelanggan mengeluhkan penataan ruang yang kurang optimal, kebersihan kamar mandi yang perlu ditingkatkan, serta koneksi internet yang sangat lambat. Kondisi-kondisi tersebut dapat menurunkan kenyamanan pelanggan dan mengurangi kepuasan mereka selama berada di cafe. Apabila hal-hal tersebut tidak segera diperbaiki, maka kepuasan pelanggan akan terus menurun dan berpotensi mengurangi minat pengunjung untuk datang kembali, terutama dalam menghadapi persaingan dengan cafe lain yang menawarkan fasilitas lebih baik.

Peningkatan pada aspek kebersihan dan perawatan fasilitas, pengaturan jarak antar meja yang lebih lega, perbaikan kualitas Wi-Fi, serta penambahan jumlah stop kontak listrik menjadi prioritas yang harus dilakukan oleh manajemen Seulawah Kupa. Fasilitas yang memadai dan terawat dengan baik tidak hanya menciptakan kenyamanan fisik, tetapi juga mencerminkan perhatian cafe

terhadap kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Selain itu, hasil analisis skor pada variabel Fasilitas menunjukkan bahwa skor tertinggi, yaitu 381, terdapat pada pernyataan "Seulawah Kupa memiliki penerangan ruangan yang baik membuat suasana di dalam menjadi nyaman." Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai pencahayaan di dalam cafe sudah cukup baik dan mendukung kenyamanan. Pencahayaan yang tepat tidak hanya menciptakan suasana yang hangat dan menyenangkan, tetapi juga membantu pelanggan dalam beraktivitas, baik untuk bersantai, bercengkerama, maupun bekerja. Pencahayaan yang baik juga dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kebersihan dan estetika ruangan, yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Sebaliknya, skor terendah yaitu 348 terdapat pada pernyataan "Jarak setting meja antar pelanggan Seulawah Kupa sudah sesuai." Kondisi ini mengindikasikan bahwa penataan ruang dalam (interior layout) masih perlu mendapat perhatian lebih dari pihak manajemen. Jarak antar meja yang terlalu rapat menyebabkan ruang gerak pelanggan menjadi terbatas, terutama pada saat jam ramai. Hal ini membuat sebagian pelanggan merasa kurang leluasa untuk bergerak, berinteraksi, atau bahkan untuk menjaga privasi mereka. Kondisi yang sesak dapat menurunkan tingkat kenyamanan dan mengurangi pengalaman positif konsumen selama berada di cafe.

Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap tata letak meja dan pengaturan ruang agar tercipta suasana yang lebih lega dan nyaman. Penataan yang lebih proporsional tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan fisik pelanggan, tetapi juga dapat menciptakan kesan bahwa cafe memperhatikan detail dan kenyamanan pengunjung. Dengan memperbaiki aspek ini, Seulawah Kupa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong kunjungan berulang, dan memperkuat daya saing di tengah

persaingan bisnis cafe yang semakin ketat.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Seulawah Kupa

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada analisis regresi berganda, diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Fasilitas (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Seulawah Kupa MMTC Medan. Hasil uji menunjukkan bahwa F hitung sebesar 168.240 > F tabel sebesar 3.091 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 < 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka H3 diterima, yang berarti kedua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.776 dan Adjusted R² sebesar 0.772 menunjukkan bahwa sebesar 77,2% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti kualitas pelayanan, harga, promosi, atau lokasi. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang baik dan fasilitas yang memadai secara bersama-sama memberikan kontribusi yang sangat besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa.

Hal ini sejalan dengan temuan (Vierllyn Siska Dian Erlita, 2023) dalam penelitian "The Influence Of Product Quality And Facilities On Customer Satisfaction At Mie Gacoan House Semarang" yang menyatakan bahwa kualitas produk dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Demikian pula penelitian (Mutia & Tia Ramadhan, 2024) yang menemukan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 66,3%. Dengan demikian, kedua faktor ini menjadi aspek penting yang perlu terus dikembangkan manajemen Seulawah Kupa agar dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta

menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di industri kuliner.

Temuan tersebut sejalan dengan kondisi nyata yang teridentifikasi dalam observasi dan hasil pra-survei dengan pelanggan Seulawah Kupa, di mana terdapat indikasi bahwa kepuasan pelanggan belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan Tabel 1.1 hasil pra-survei, sebagian besar responden (66,4%) menyatakan tidak puas dengan berbagai menu makanan dan minuman karena tidak sesuai dengan harapan mereka, dan 67,2% tidak puas dengan fasilitas yang ada di Seulawah Kupa. Meskipun sebagian besar responden (90,2%) merasa puas dengan harga yang ditawarkan dan 80,5% merasa puas dengan suasana, tingkat ketidakpuasan yang tinggi pada aspek kualitas produk dan fasilitas menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut masih memerlukan perbaikan yang signifikan.

Meskipun hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas produk dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa pengaruh tersebut belum dimaksimalkan secara nyata. Beberapa aspek kualitas produk, seperti konsistensi rasa yang masih berfluktuasi, tampilan penyajian yang kurang menarik, serta kesesuaian produk dengan deskripsi menu yang belum optimal, dapat mengurangi kepuasan dan menghambat keputusan pembelian ulang. Di sisi lain, dari aspek fasilitas, kebersihan toilet dan musholla yang kurang terjaga, penataan meja yang terlalu rapat, koneksi Wi-Fi yang lambat, serta keterbatasan stop kontak listrik menjadi keluhan utama yang dapat menurunkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Kondisi-kondisi tersebut perlu menjadi perhatian serius bagi manajemen Seulawah Kupa. Perbaikan pada aspek kualitas produk melalui standarisasi resep, pelatihan koki, dan kontrol kualitas bahan baku, serta peningkatan fasilitas melalui perawatan rutin, pengaturan tata ruang yang lebih nyaman, perbaikan jaringan internet, dan penambahan fasilitas pendukung, menjadi langkah strategis yang harus segera dilakukan.

Dengan memperbaiki kedua aspek tersebut secara simultan, Seulawah Kupa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh, membangun loyalitas yang kuat, dan memperkuat posisi kompetitifnya di tengah persaingan bisnis cafe di Kota Medan.

Selain itu, hasil analisis skor pada variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa skor tertinggi, yaitu 376, terdapat pada pernyataan "Saya akan berkunjung kembali ke Seulawah Kupa Medan karena suasana yang nyaman." Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai suasana cafe sebagai faktor yang paling memuaskan dan menjadi daya tarik utama untuk melakukan kunjungan berulang. Suasana yang nyaman menciptakan pengalaman positif yang berkesan bagi pelanggan, sehingga mereka terdorong untuk kembali lagi. Temuan ini juga mencerminkan keberhasilan cafe dalam menciptakan atmosfer yang mendukung relaksasi dan interaksi sosial, yang menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan jangka panjang. Sebaliknya, skor terendah yaitu 351 terdapat pada pernyataan "Makanan yang disajikan di Seulawah Kupa memiliki rasa autentik khas Aceh dengan penggunaan rempah-rempah yang kuat." Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek keaslian dan kekhasan rasa produk khas Aceh belum sepenuhnya memenuhi harapan seluruh konsumen. Mengingat Seulawah Kupa mengusung konsep kopi dan kuliner khas Aceh, ketidakoptimalan dalam hal keaslian rasa dapat menjadi kelemahan strategis yang signifikan. Konsumen yang datang dengan ekspektasi merasakan cita rasa autentik Aceh mungkin merasa kecewa jika rasa yang disajikan tidak cukup kuat atau kurang sesuai dengan standar kuliner Aceh yang sesungguhnya. Faktor ini dapat disebabkan oleh penggunaan bumbu atau rempah-rempah yang kurang tepat, takaran yang tidak konsisten, atau adaptasi rasa untuk menyesuaikan dengan selera umum yang justru mengurangi kekhasan produk. Akibatnya, meskipun suasana cafe dinilai nyaman, pengalaman kuliner yang kurang

autentik dapat menurunkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan mengurangi daya tarik utama cafe sebagai tempat yang menyajikan kuliner khas Aceh.

Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan perbaikan pada aspek resep dan pengolahan makanan agar dapat menghadirkan cita rasa yang lebih autentik dan sesuai dengan identitas cafe sebagai penyaji kuliner Aceh. Dengan memperkuat kekhasan dan keaslian rasa produk, Seulawah Kupa tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat diferensiasi dan identitas merek di tengah persaingan bisnis café yang semakin ketat. Kombinasi antara suasana yang nyaman dan cita rasa yang autentik akan menjadi kekuatan utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa. Hal ini berarti bahwa Hipotesis pertama dapat diterima. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa. Hal ini berarti bahwa Hipotesis kedua dapat diterima.

Kualitas Produk dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dapat diterima.

Saran

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka penulis akan memberikan saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Seulawah Kupa

a. Pihak manajemen Seulawah Kupa disarankan untuk melakukan standarisasi resep dan prosedur pengolahan makanan serta minuman. Diperlukan pembuatan Standard Operating Procedure (SOP) yang jelas untuk setiap menu, termasuk

takaran bumbu dan rempah-rempah yang presisi agar menghasilkan cita rasa yang konsisten di setiap kunjungan.

b. Pihak manajemen perlu melakukan pelatihan rutin kepada seluruh staf dapur mengenai teknik memasak yang benar dan standar kualitas yang harus dipenuhi. Penerapan sistem kontrol kualitas yang ketat, termasuk quality check sebelum produk disajikan kepada pelanggan, juga menjadi hal penting yang harus dilakukan. Selain itu, pihak manajemen juga disarankan untuk melakukan riset mendalam terhadap resep-resep tradisional Aceh yang autentik. Kerjasama dengan chef atau ahli kuliner Aceh dapat menjadi solusi untuk memastikan bahwa rasa yang disajikan benar-benar mencerminkan cita rasa khas Aceh dengan penggunaan rempah-rempah yang kuat dan proporsional. Pemilihan bahan baku berkualitas tinggi, seperti biji kopi dan rempah-rempah asli Aceh, perlu diprioritaskan untuk menjaga keaslian rasa.

c. Pihak manajemen perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kondisi fisik cafe. Disarankan untuk dilakukannya redesign layout interior dengan jarak antar meja yang lebih proporsional, agar pelanggan memiliki ruang gerak yang cukup dan privasi yang lebih baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain di luar variabel kualitas produk dan fasilitas yang juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi, dapat menjadi fokus penelitian selanjutnya. Penambahan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri cafe.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, F., Suharyono, & Kusumawati, A. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 95(2), 112–120.
Amiruddin. (2007). *Manajemen Kualitas Produk*. PT Gramedia Pustaka Utama.
Anam, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Studi Kasus: Cafe Kopi Desa *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* ..., 3, 864–883.

<https://valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/230%0Ahttps://valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/230/172>

Andayani, S., . K., & Putri, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Adiksi Coffee. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8(2), 243–255.
<https://doi.org/10.24967/jmb.v8i2.2043>

Aprianto, D. (2016). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. PT RajaGrafindo Persada.

Ardiprawiro, A. (2024). The Influence of Prices, Service Quality, and Facilities on Customer Satisfaction Alfamart Bekasi Barat. *International Journal of Business Management*, 12(3), 145–158.

Aryani, D., & Febrina, R. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.

Assauri, S. (2009). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. PT RajaGrafindo Persada.

Cahyani, G. I., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–15.

Daryanto, Setyobudi, F. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
Fajriani, F., Rahman, A., & Susanti, D. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 190–205.
Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
Fiani, M., & Japarianto, E. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.

- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update
PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.).
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2025). the Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction At Pt. Airmas Perkasa. *International Journal Management and Economic*, 4(1), 126–133. <https://doi.org/10.56127/ijme.v4i1.1863>
- Handoko, T. H. (2002). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. BPFE.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Imansyah, M., & Haris, I. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Smartphone Samsung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(2), 156–167.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Izzuddin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kopi di Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 34–48.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran (8th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Dasar-Dasar Pemasaran (7th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.). Pearson Education Inc.