



PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI HORDJA PEMATANG SIANTAR

Dian Lica F. Simanjuntak¹⁾ *, Marisi Butarbutar²⁾, Sherly³⁾, Sudung Simatupang⁴⁾

¹ Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: diansimanjuntak02@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran inovasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar yang berjumlah 60 orang dan seluruhnya dijadikan sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif, dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Inovasi produk dan kualitas pelayanan sudah baik serta kepuasan konsumen sudah puas. 2. Terdapat pengaruh positif antara inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial. 3. Inovasi produk dan kualitas pelayanan terdapat hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen. Puas tidaknya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh inovasi produk dan kualitas pelayanan. 4. Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 ditolak, artinya inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Inovasi Produk, Kualiatas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Abstract

The aims of this study were: 1. To find out the description of product innovation, service quality and customer satisfaction at the Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. 2. To determine the effect of product innovation and service quality on customer satisfaction at Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar either simultaneously or partially. The research design used in this research is library research and field research. The population in this study were consumers from the Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, totaling 60 people and all of them were used as samples. The types of data used in this study are qualitative data and quantitative data. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection was carried out using questionnaires, interviews and documentation. Test the research instrument used is the validity test and reliability test. Data analysis techniques used were normality test, qualitative descriptive analysis, and quantitative descriptive analysis. The results of the study can be summarized as follows: 1. Product innovation and service quality are good and consumer satisfaction is satisfied. 2. There is a positive influence between product innovation and service quality on customer satisfaction either simultaneously or partially. 3. Product innovation and service quality have moderately high correlation with customer satisfaction. Satisfied or not customer satisfaction can be explained by product innovation and service quality. 4. The results of the hypothesis test stated that H_0 is rejected, meaning that product innovation and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar both simultaneously and partially.

Keywords: Product Innovation, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dewasa ini perubahan gaya hidup telah menjadi suatu peluang usaha dalam dunia bisnis kuliner dan minuman, munculnya industri *cafe* dewasa ini dikarenakan konsumen merasa puas akan kemampuan usaha *cafe* dalam memberikan inovasi dari produk *cafe* terhadap kepuasan konsumen dan juga kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Hal itu dilakukan oleh Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar dalam memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar merupakan salah satu usaha *cafe* yang berada di Kota Pematang Siantar yang beralamat di Jalan Wandelvad, Proklamasi Pematang Siantar. *Cafe* ini merupakan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan juga menyuguhkan suasana santai, rileks, beserta tempat duduk yang nyaman bagi pengunjung yang datang. Melihat tingkat kejenuhan seseorang yang semakin tinggi ini, yang akhirnya membuat masyarakat mencari tempat santai untuk menyegarkan suasana sembari mencoba menu yang sesuai dengan selera.

Dalam upaya mengembangkan usaha tidak terlepas dari pada kepuasan konsumen, dimana tingkat kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha *cafe* tersebut. Dengan tingkat kepuasan konsumen yang sangat tinggi akan membawa dampak positif terhadap *cafe* tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari usaha, dimana jika konsumen merasa puas maka akan mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut sehingga hal tersebut dapat mengubah konsumen menjadi pelanggan dan dapat meningkatkan rasa loyalitas konsumen terhadap usaha dan

menjadikan usaha tetap eksis dan memperoleh profit (Butarbutar *et al.*, 2021). Untuk meningkatkan kepuasan tersebut, maka Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar selalu menjaga tingkat kepuasan konsumen demi kelangsungan hidup bisnisnya. Untuk segmen dalam menarik kepuasan konsumen terdiri dari 3 (tiga) dimensi seperti harga, promosi dan juga suasana.

Dari hasil wawancara dan pra survei dengan beberapa konsumen diketahui bahwa kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar belum optimal. Pada dimensi harga belum optimal, dimana harga yang sedikit lebih mahal dengan kualitas produk minuman yang hampir mirip dengan kompetitor yang harganya lebih murah sehingga hal ini akan menjadi ancaman bagi Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar agar lebih berbenah lagi demi kepuasan konsumen. Pada dimensi promosi ini dikatakan belum optimal, dikarenakan pihak *cafe* hanya memperkenalkan tempat melalui instagram dan facebook saja yang dimana pihak *cafe* tidak memasang spanduk agar dapat dilihat konsumen yang berlalu melewati area *cafe*.

Adapun hasil kepuasan konsumen atau ulasan *online* yang diberikan langsung pada beberapa situs web Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Ulasan ini dapat dilihat dari beberapa situs *online* salah satunya pada situs kuliner Indonesia, yang dimana konsumen langsung memberikan tanggapan atas apa yang telah diterima dengan rata-rata nilai rating yang diterima yaitu mengenai rasa ada pada nilai rating 7, masakan yang segar pada nilai rating 6 dan pada pengemasan makanan saat *take away* berada pada nilai rating 5, kemudian pada *review comment* yang paling banyak dengan nilai rating 4.6 berada pada harga yang di mana banyak konsumen yang merasa harga yang perlu dikurangi karena memiliki tampilan

yang sama pada *cafe* lain tapi memiliki harga yang lebih tinggi.

Salah satu faktor yang diindikasikan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah inovasi produk, (Hamzah & Ariesta, 2022) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun inovasi produk dapat dilihat dari dimensi fitur produk, desain produk dan kualitas produk. Fenomena inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar ini masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari dimensi fitur produk, dimana fitur produk dalam variasi minuman yang disediakan kurang menarik perhatian konsumen, yang mengakibatkan kurangnya daya tarik konsumen terhadap produk minuman yang ada pada *cafe*. Sedangkan pada dimensi desain produk, dimana hiasan alat saji makanan pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar masih harus diperhatikan agar hidangan makanan yang disajikan dapat menarik daya tarik konsumen yang berkunjung.

Selain inovasi produk, kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Adanya pelayanan yang berkualitas dapat mendorong kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur pada 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*). Fenomena kualitas pelayanan yang belum optimal ada pada dimensi empati (*empathy*), karena karyawan kurang teliti dalam melengkapi kebutuhan konsumen di meja makan, sehingga konsumen merasa karyawan kurang peduli. Kemudian pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), karyawan masih kurang tanggap dalam hal membantu konsumen, seperti tidak langsung mengisi ulang tempat air minum yang sudah habis di meja konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa adanya fenomena antara harapan dan kenyataan, serta dukungan teori mengenai inovasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut (Sinambela, 2019), manajemen adalah suatu rangkaian proses pengelolaan berbagai sumber daya yang dimiliki organisasi melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, sampai pengawasan untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan efektif dan efisien.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Kotler & Keller, 2019), pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan.

Bauran Pemasaran

Menurut (Panjaitan, 2018), bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan pasar sasaran.

Inovasi Produk

Menurut (Dhewanto *et al.*, 2014) inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Lupiyoadi, 2014), bahwa kualitas pelayanan adalah keuntungan eksternal yang dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu jasa, yaitu dimana kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari

pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2014), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang telah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

PENGARUH ANTAR VARIABEL

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitiannya (Hamzah & Ariesta, 2022), mengemukakan bahwa inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hal ini didukung pada penelitian (Aryandi J & Onsardi, 2020), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hal ini didukung oleh (Aryandi J & Onsardi, 2020), menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dengan inovasi produk serta pelayanan yang berkualitas maka kepuasan konsumen akan tercapai.

METODE

Penelitian dilakukan di pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar yang terletak di Jalan Wandelvad no.28, Proklamasi Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematang Siantar, Sumatra Utara 21144. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar yang berjumlah 60 orang selama periode Maret 2023 di hari *weekend* dan seluruhnya dijadikan sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik sampling jenuh atau sensus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

HASIL PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukan dalam kelas-kelas interval dimana penentuan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

Tabel 1

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner (2023)

Gambaran Variasi Produk

Inovasi produk merupakan suatu proses yang dilakukan dalam memperbaharui produk lamanya menjadi produk baru, yang mana dalam diperbaharuinya produk ini

Nilai Interval	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Puas
1,81 - 2,60	Tidak Baik/Tidak Puas
2,61 - 3,40	Cukup Baik/Cukup Puas
3,41 - 4,20	Baik/Puas
4,21 - 5,00	Sangat Baik/Sangat Puas

diharapkan dapat menarik konsumen untuk berkunjung kembali dan menumbuhkan kepercayaan konsumen untuk berkunjung kembali. Inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar dapat diukur dari tiga dimensi yaitu fitur produk, desain produk, dan kualitas produk. Inovasi produk yang belum optimal terlihat pada dimensi fitur produk dimana variasi topping minuman

pada Kedai Kopi Hordja ini, masih ketinggalan jauh dengan pesaing lainnya. Varian topping yang masih itu-itu saja dan topping minuman sedikit yang menyebabkan konsumen merasa bosan sehingga perlu dilakukannya perubahan pada minuman. Pada dimensi desain produk dimana proses penyajian yang dilakukan masih belum optimal dalam hal hiasan yang terdapat pada tempat sajian makanan yang membuat konsumen menjadi kurang tertarik dan mudah bosan pada makanan yang ditawarkan.

Dalam inovasi produk pada dimensi fitur produk dengan indikator menu minuman yang lebih bervariasi berada pada nilai rata-rata 3,36 dengan kriteria cukup baik. Hal ini dikarenakan Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar menawarkan menu minuman lebih banyak dan bervariasi yang membuat konsumen ingin mencoba atas menu minuman yang tertera. Pada indikator pilihan menu makanan pada nilai rata-rata 3,86 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan pilihan menu pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar lebih banyak dan bervariasi. Pada indikator varian topping berada pada nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria nilai cukup baik. Hal ini dikarenakan pihak *cafe* belum melakukan perubahan terhadap sajian variasi topping pada minuman yang lebih baru. Hal ini dapat dilihat dari variasi topping yg sedikit ataupun itu-itu saja sehingga konsumen merasa bosan atas tampilan pada minuman. Kurangnya mempelajari ide-ide baru seputar meracik minuman menjadi salah satu faktor mengapa Kedai Kopi Hordja masih saja belum melakukan perbaikan atas tampilan pada minumannya.

Dimensi desain produk dengan indikator kehygienisan penyajian makanan berada dengan nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat

dari proses penyajian makanan yang tergolong bersih. Pada indikator hiasan sajian makanan berada pada nilai rata-rata 3,20 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dikarenakan model bentuk makanan dari alat saji yang digunakan terlihat monoton sama seperti *cafe* lainnya. Pada indikator komposisi bahan makanan pada nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari pihak *cafe* yang sangat memperhatikan bahan masakan yang akan digunakan sebelum dihidangkan ke konsumen dengan memperhatikan bahan kualitas tinggi dan yang layak dikonsumsi.

Dimensi kualitas produk pada indikator cita rasa masakan berada pada nilai rata-rata 3,95 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan cita rasa masakan pada Kedai Kopi Hordja sudah terbilang enak jika dibandingkan pesaing lainnya. Cita rasa yang enak dan sesuai dengan apa diharapkan oleh konsumen. Indikator kehalalan masakan berada pada nilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari menu masakan yang disajikan dapat dinikmati oleh semua kaum terutama kaum muslim yang sering mampir ke Kedai Kopi Hordja. Indikator kualitas bahan berada pada nilai rata-rata 3,76 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan bahan yang digunakan oleh Kedai Kopi Hordja merupakan bahan pilihan yang bagus dan terjamin kualitasnya agar konsumen yang datang selalu merasa puas dengan kualitas makanan yang disediakan.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar berada pada nilai rata-rata 3,67 dengan kriteria baik. Untuk nilai tertinggi berada pada dimensi desain produk dengan indikator komposisi bahan makanan dengan nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai terendah pada dimensi desain produk dengan indikator

hiasan sajian dengan nilai rata-rata 3,20 dengan kriteria cukup baik.

Gambaran Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu totalitas optimal dari bentuk karakteristik barang ataupun jasa yang diinginkan oleh pelanggan dan hal yang paling utama dalam sebuah bisnis. Demikian dengan upaya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar diharapkan dilakukan dengan optimal. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan dimensi: keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

Dimensi keandalan (*reliability*) sudah baik dilihat dari kecermatan karyawan melayani konsumen, adanya standar pelayanan *cafe* (misalnya diawali senyuman dan diakhiri dengan mengulang pesanan), dan pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam pemasaran *cafe*. Pemimpin atau pemilik *cafe* perlu memperhatikan pengetahuan untuk memasarkan *cafe* lebih optimal lagi. Dimensi jaminan (*assurance*) juga sudah baik dilihat dari jaminan waktu yang diberikan ketika melayani, kesopanan karyawan melayani, kepercayaan konsumen pada karyawan. Pemilik atau pemimpin perlu mengoptimalkan cara agar konsumen lebih percaya pada pelayanan karyawan. Dimensi bukti fisik (*tangible*) juga sudah baik dilihat dari kapasitas fisik *cafe*, tata letak peralatan yang ada, serta penampilan karyawan dalam melayani. Namun untuk kapasitas fisik *cafe* perlu mendapat perhatian pemilik atau pemimpin untuk dioptimalkan.

Dimensi kepedulian (*emphaty*) belum sepenuhnya baik dilihat dari kurangnya ketelitian karyawan atas keinginan konsumen. Pemimpin atau pemilik *cafe* perlu memikirkan upaya untuk meningkatkan ketelitian pelayanan karyawan pada

konsumen. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) sudah baik dilihat dari kesediaan karyawan mendengar keluhan konsumen, kecepatan karyawan merespon pertanyaan konsumen yang dibutuhkan konsumen. Namun, kesediaan karyawan memberikan informasi pada keperluan konsumen perlu dioptimalkan lagi.

Pada dimensi keandalan (*reliability*) dengan indikator kecermatan karyawan melayani dengan nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan karyawan umumnya sudah bekerja rata-rata di atas 1 tahun yang membuat mereka sudah terampil melakukan pekerjaannya. Indikator standar pelayanan yang dimiliki *cafe* dengan nilai rata-rata 3,86 dengan kriteria jawaban baik, hal ini juga adanya arahan setiap hari bagi karyawan sebagai standar pelayan mengawali pelayanan pada konsumen dengan senyum dan sapa, kemudian menulis pesanan, dan mengkonfirmasi ulang sebagai penutup dan ucapan menunggu pesanan disiapkan. Kemudian pada indikator pengetahuan karyawan membantu memasarkan *cafe* dengan nilai rata-rata 3,96 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan karyawan yang selalu memperbaharui keseharian mengenai *cafe* lewat *social media*.

Dimensi jaminan (*assurance*) pada indikator jaminan waktu dalam pelayanan yang diberikan dengan nilai rata-rata 3,91 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan jumlah karyawan *take order* dan karyawan dapur (*koki*) mencukupi. Indikator kesopanan karyawan dengan nilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dicapai atas perlakuan pemilik *cafe* juga yang fleksibel dan peduli pada karyawan sehingga karyawan diharapkan juga berlaku demikian. Indikator kepercayaan konsumen pada karyawan dengan nilai rata-rata 3,90 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan

karyawan sudah berupaya menunjukkan citra yang baik atas dirinya di hadapan konsumen.

Dimensi bukti fisik (*tangible*) pada indikator kapasitas fisik *cafe* dengan nilai rata-rata 3,71 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dilihat dari jumlah ruangan dan tempat duduk pada *cafe* sangat memadai untuk keluarga atau rekan kerja. Indikator susunan peralatan *cafe* nilai 3,83 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dilihat dari susunan meja, kursi, aksesoris ruangan yang mendukung disusun dengan baik dan menarik. Indikator penampilan karyawan dengan nilai rata-rata 3,76 dengan kriteria jawaban baik, hal ini ditunjukkan pakaian karyawan yang sopan, bersih, disertai celemek dan keseragaman.

Dimensi empati (*emphaty*) pada indikator kepedulian karyawan pada konsumen dengan nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dicapai karyawan mampu memposisikan diri pada situasi konsumen (misalnya, ketika konsumen membawa anak kecil dengan penuh perhatian karyawan mengarahkan tempat yang cocok untuk anak). Indikator ketelitian karyawan dengan nilai 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan karyawan yang sudah handal di saat pemesanan yang sudah dibaca ulang tetapi konsumen dikecewakan akan kurangnya ketelitian ataupun pemeriksaan ulang akan pesanan yang sampai di meja makan sehingga kadang konsumen harus memanggil ulang pelayan untuk memberitahukan akan pesanan yang belum diantar. Indikator kepekaan karyawan atas keinginan konsumen dengan nilai 3,88 cukup baik, hal ini ditunjukkan karyawan ketika konsumen menanyakan komposisi menu tertentu atau penjelasan tambahan atas sebuah menu yang akan dipesan.

Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) indikator kesediaan

karyawan mendengar keluhan dengan nilai rata-rata 3,90 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan karyawan merespon dengan cepat keluhan konsumen dan menyampaikannya ke bagian terkait. Indikator kecepatan karyawan menjawab pertanyaan konsumen dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan kurang cepatnya tanggapan karyawan atas pertanyaan konsumen. Indikator kesediaan karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan dengan nilai 3,26 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan karena karyawan yang kadang tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu pada bagian terkait disaat ada menu yang kosong sehingga saat pemesanan terdapat makanan yang habis.

Dari analisis deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa dari lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan, diketahui nilai rata-rata total jawaban adalah 3,70 kategori baik. Jawaban tertinggi dengan nilai rata-rata 3,96 pada dimensi keandalan (*reliability*) dengan indikator pengetahuan karyawan dalam memasarkan. Nilai jawaban terendah dengan nilai rata-rata 3,26 pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) pada indikator kesediaan karyawan memberi informasi.

Gambaran Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen ketika menggunakan suatu produk dan membandingkannya dengan produk lain. Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai tolak ukur suatu usaha dalam mengukur keberhasilan usaha yang dijalankannya. Adapun dimensi kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja adalah harga, promosi dan suasana. Fenomena kepuasan konsumen

pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar belum optimal dilihat dari dimensi harga, dikarenakan perbandingan harga dengan *cafe* lain yang memiliki menu yang sama dengan harga yang lebih tinggi sehingga konsumen merasa kurang puas dengan harga yang diberikan dan ini akan menjadi ancaman bagi *cafe* jika tidak melakukan pembaharuan. Pada dimensi promosi juga belum optimal dimana kurangnya informasi *cafe* melalui sekitar area *cafe* sehingga konsumen yang berlalu melewati area *cafe* pun kurang memperhatikan lokasi.

Pada dimensi harga dengan indikator keterjangkauan harga berada pada nilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini dikarenakan standar makanan yang disediakan dengan harga yang diberikan jauh berbeda dari *cafe* lain dengan tampilan dan menu makanan yang sama dengan harga yang lebih tinggi. Pada indikator perbandingan harga berada pada nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup puas, Hal ini dikarenakan standar minuman yang disediakan dengan harga yang diberikan sangat tidak sesuai. Banyak pesaing yang memiliki menu minuman yang sama dengan Kedai Kopi Hordja tapi memberikan harga yang jauh di bawah. Kedai Kopi Hordja membuat konsumen merasa kurang pas dengan harga yang diberikan. Pada indikator pemberian diskon berada pada nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan Kedai Kopi Hordja mau memberikan diskon kepada konsumen yang memesan pemesanan banyak sehingga cara ini dapat menarik konsumen yang hendak melakukan acara baik acara keluarga, arisan dan kantor.

Pada dimensi promosi dengan indikator rekomendasi tempat berada pada nilai rata-rata 3,86 dengan kriteria jawaban puas, hal ini dapat dilihat dari akun *social media* pemilik yang menawarkan atau

mempromosikan Kedai Kopi Hordja kepada orang banyak melalui *social media*. Pada indikator kemenarikan promosi melalui *social media* berada pada nilai rata-rata 3,86 dengan kriteria jawaban puas, hal ini dapat dilihat dari keahlian *owner* dalam melakukan promosi melalui *social media*. *Owner* menyampaikan promosi dengan sangat menarik baik dalam bentuk postingan maupun *live* pada akun *social media* yang mengajak konsumen untuk berkunjung ke Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Pada indikator informasi *cafe* melalui area *cafe* berada pada nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup puas. Dapat dilihat dari minimnya informasi yang didapat konsumen saat berlalu melewati area *cafe*.

Pada dimensi suasana dengan indikator kerapian *lay out* berada pada nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dapat dilihat dari tempat *cafe* yang memiliki meja, kursi dan colokan listrik yang tertata rapi sehingga memberikan kenyamanan bagi konsumen yang berkunjung. Pada indikator kenyamanan tempat berada pada nilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini dapat dilihat dari ruangan terbuka langsung dengan nuansa yang bagus, sehingga memberikan suasana nyaman saat berkunjung ke *cafe*. Pada indikator konsep *cafe* berada pada nilai rata-rata 3,75 dengan kriteria jawaban puas, hal ini dikarenakan konsep *cafe* yang dibuat *owner* diambil dari konsep khas simalungun.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pada kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar berada pada nilai rata-rata 3,70 dengan kriteria jawaban puas. Untuk nilai tertinggi berada pada dimensi harga dengan indikator pemberian diskon dengan nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban puas dan pada dimensi suasana dengan indikator kerapian *lay out* dengan nilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban

puas. Untuk nilai terendah berada pada dimensi promosi berada pada indikator informasi *cafe* melalui area *cafe* dengan nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup puas.

Analisis Dekriptif Kuantitatif

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana X adalah inovasi produk dan kualitas pelayanan sedangkan Y adalah kepuasan konsumen. Dengan menggunakan program SPSS Versi 21, maka diperoleh hasil penujian sebagai berikut:

Tabel 2
Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	11.868	2.356	
1 InovasiProduk	.433	.093	.521
KualitasPelayanan	.129	.044	.325

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $\hat{Y} = 11.868 + 0.433X_1 + 0.129X_2$, artinya apabila inovasi produk naik satu-satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,433 satuan dan apabila kualitas pelayanan naik satu-satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,129 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Adapun persamaan regresi yang digunakan adalah dengan perhitungan menggunakan program SPSS dengan notasi sebagai berikut:

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Pada bagian ini dilakukan pengujian regresi linier sederhana untuk menganalisis besarnya pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Persamaan hasil regresi linier sederhana inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	13.085	2.464	
1 InovasiProduk	.613	.074	.737

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil regresi linier sederhana dengan perhitungan SPSS Versi 21 diperoleh koefisien adalah $\hat{Y} = 13.085 + 0.613X_1$ dimana jika inovasi produk naik satu-satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,613 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Pada bagian ini dilakukan pengujian regresi linier sederhana untuk menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan

hasil linier sederhana dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	18.595	2.170	
Kualitas Pelayanan	.266	.039	.671

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil regresi linier sederhana dengan perhitungan SPSS Versi 21 diperoleh koefisien regresi adalah $\hat{Y} = 18.595 + 0.266X_2$ dimana kualitas pelayanan naik satu-satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.266 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Untuk menghitung kekuatan hubungan inovasi produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 21 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Hubungan Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Analisis korelasi digunakan untuk menghitung kuat tidaknya hubungan inovasi produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, dinyatakan dengan koefisien korelasi yang disimbolkan dengan r. Nilai r dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5
Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Model	R			
-------	---	--	--	--

		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.588	2,245

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan hasil koefisien korelasi pada tabel 5 dapat diperoleh nilai $R = 0,776$ artinya terdapat hubungan kuat antara inovasi produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,602 yang artinya baik tidaknya kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar sebesar 60,2% dapat dijelaskan oleh inovasi produk dan kualitas pelayanan, selebihnya 39,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, kesuksesan usaha dan mutu produk.

Hubungan Inovasi Produk dengan Kepuasan Konsumen

Analisis korelasi digunakan untuk menghitung kekuatan hubungan inovasi produk dengan kepuasan konsumen, dinyatakan dengan koefisien korelasi yang disimbolkan dengan nilai r. Nilai r dilihat dari tabel berikut:

Tabel 6
Inovasi Produk pada Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.535	2,386

Berdasarkan hasil koefisien korelasi pada tabel 6 dapat diperoleh nilai $R = 0,737$ artinya terdapat hubungan kuat antara inovasi produk dengan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,543 yang artinya baik tidaknya kepuasan konsumen (Y) pada

Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar sebesar 54,3% dapat dijelaskan oleh inovasi produk, selebihnya 45,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk dan citra produk.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Analisis Korelasi digunakan untuk menghitung kekuatan hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, dinyatakan dengan koefisien korelasi yang disimbolkan dengan r . Nilai r dapat dilihat berikut:

Tabel 7
Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.450	.441	2,616

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan hasil koefisien korelasi pada tabel 7 dapat diperoleh nilai $R = 0,671$ artinya terdapat hubungan kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) = 0,450 yang artinya baik tidaknya kepuasan konsumen (Y) pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar sebesar 45,0% dapat dijelaskan oleh inovasi produk dan kualitas pelayanan, selebihnya 55,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini lokasi dan *image cafe*.

Pengujian Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan secara simultan yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (inovasi produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Jika

$F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program aplikasi SPSS Versi 21.

Tabel 8
Perkiraan Nilai F_{hitung}

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	434,589	2	217,295	43,104	.000 ^b
Residual	287,344	57	5,041		
Total	721,933	59			

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan tabel 8 di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 43,104 > dari F_{tabel} dengan $df=n-k-1$ (60-2-1) sebesar 3.16 atau taraf signifikansi $0.000 < \alpha 0.05$ maka H_0 ditolak, artinya inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hamzah & Ariesta, 2022) dan (Aryandi & Onsardi, 2020), menyatakan bahwa inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterimanya atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel inovasi produk dan kualitas pelayanan yang diuji berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Untuk mengetahui t_{tabel} digunakan ketentuan $n-k-1$ pada level kesalahan 5% atau 0,05 dengan tingkat keyakinan 95%. Perhitungan uji t inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dibantu dengan program aplikasi SPSS Versi 21 yang dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t Inovasi Produk terhadap
Kepuasan Konsumen

<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (<i>Constant</i>)	5,311	,000
InovasiProduk	8,298	,000

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan tabel 9 di atas, dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel inovasi produk sebesar $8,298 > t_{tabel}$ dengan $df = n-k-1$ ($60-1-1$) sebesar 2.00172 atau dengan signifikansi $0,000 < \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak, artinya inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hamzah & Ariesta, 2022), yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10
Hasil Uji t Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data kuesioner SPSS Versi 21 (2023)

Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar $6,892 > t_{tabel}$ dengan $df = n-k-1$ ($60-1-1$) sebesar 2.00172 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Aryandi & Onsardi, 2020), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

EVALUASI

Evaluasi Inovasi Produk

Dengan adanya inovasi produk, diharapkan akan semakin bagus tingkat produk yang akan dipasarkan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja dapat dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara keseluruhan maka diperoleh kriteria jawaban baik dengan nilai rata-rata 3,67. Namun ada beberapa aspek yang dinilai baik tetapi masih berada dibawah nilai rata-rata keseluruhan, yaitu pada dimensi fitur produk dengan indikator menu minuman lebih bervariasi memperoleh nilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat diperbaiki dengan *upgrade* menu dengan adanya ide-ide baru agar berbeda dengan pesaing, adapun pada dimensi fitur produk dengan indikator varian topping minuman memperoleh nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat diperbaiki dengan cara sebaiknya pihak *cafe* melakukan riset penambahan varian topping dengan mencari tau dan mempelajari varian

<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (<i>Constant</i>)	8,571	,000
KualitasPelayanan	6,892	,000

topping apa saja yang cocok untuk disajikan pada jenis minuman dan yang layak untuk dijual dengan adanya ide-ide baru. Pada dimensi desain produk dengan indikator hiasan sajian memperoleh nilai rata-rata 3,20 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat diperbaiki dengan cara sebaiknya Kedai Kopi Hordja lebih memperhatikan proses penyajian dengan menyediakan peralatan alat saji makanan seperti piring untuk makanan berat yang lebih unik dan

juga kekinian sehingga dapat menarik perhatian konsumen dalam menyantap sajian masakan yang dihidangkan.

Inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar sudah dikategorikan baik. Walaupun dikategorikan baik, masih ada indikator yang perlu ditingkatkan. Diharapkan kepada pihak *cafe* agar dapat memperbaharui kekurangan yang ada pada *cafe* sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Untuk itu sebaiknya pihak *cafe* meningkatkan variasi produk dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Fillayata dan Mukaram, 2020), yaitu produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada, dan perbaikan produk yang telah ada.

Evaluasi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa yang diberikan oleh suatu usaha diharapkan dapat menciptakan persepsi positif dari konsumen terhadap usaha serta menghasilkan suatu kepuasan konsumen. Demikian dengan kualitas pelayanan yang diberikan Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, secara umum sudah baik dengan nilai rata-rata keseluruhan 3,70 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih terdapat nilai rata-rata indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan. Artinya masih terdapat indikator dari pengukuran kualitas pelayanan yang perlu dioptimalkan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitatif yang sudah dilakukan, maka indikator yang berada dibawah rata-rata tersebut berada pada dimensi empati (*emphaty*) dengan indikator kepedulian karyawan pada konsumen dengan nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik, dapat ditingkat dengan kepedulian terhadap keinginan konsumen seperti dengan menyediakan air putih terlebih dahulu sebelum memintanya. Dan pada dimensi yang sama dengan indikator ketelitian

karyawan akan pesanan dengan nilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan lebih teliti lagi dalam memberikan informasi yang jelas pada saat pemesanan atau penulisan pesanan konsumen seperti terlebih dahulu menjelaskan menu apa saja yang sudah habis.

Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator kecepatan karyawan menjawab pertanyaan dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat dioptimalkan dengan karyawan agar lebih fokus lagi dalam mengingat daftar menu yang masih tersedia ataupun menu yang kosong tanpa harus mengkonfirmasi bagian yang bersangkutan. Dan pada dimensi yang sama dengan indikator kesediaan karyawan memberi informasi yang dibutuhkan dengan nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat dioptimalkan dengan mengkonfirmasi dahulu bagian penyaji makanan (koki) atau penyaji minuman terhadap persediaan, agar pencatat pesanan mengkonfirmasi terlebih dahulu pada konsumen sebelum memesan makanan/minuman.

Selain upaya yang sudah dijelaskan di atas, kualitas pelayanan juga dapat dioptimalkan baik karyawan itu sendiri, pemilik, atau pemimpin *cafe* dengan memperhatikan atau mempertimbangkan hal-hal terkait dengan: kelengkapan fitur dari produk seperti sertifikasi halal atau standar nasional untuk makanan atau kuliner, atau partner usaha yang mendukung. Juga persaingan harga yang kompetitif dengan sesama usaha *cafe* yang bersaing secara jauh atau dekat. Memperhatikan dan melakukan kegiatan promosi yang tepat, serta pertimbangan akses lokasi yang mendukung pengembangan dari usaha. Juga proses produksi jasa atau produk yang memiliki

kontrol kualitas terpadu (Kotler dan Keller, 2013) (Alma, 2014).

Evaluasi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan puas konsumen ketika membeli suatu produk yang ditawarkan dan membandingkannya dengan produk lain. Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama seorang pebisnis dalam memberikan apa yang diinginkan konsumen. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden terkait dengan kepuasan konsumen dikategorikan baik dengan nilai rata-rata 3,70 akan tetapi masih terdapat beberapa dimensi yang memperoleh nilai dibawah rata-rata sehingga masih diperlukan peningkatan dan perbaikan. Pada dimensi harga dengan indikator keterjangkauan harga dengan nilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup puas. Dan pada dimensi yang sama dengan indikator perbandingan harga dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup puas. Untuk kedua indikator tersebut dapat diperbaiki oleh pihak *cafe* dengan cara melakukan pembaharuan harga atas menu minuman dan makanan yang ditawarkan. Karena jika harga terlalu tinggi dengan menu yang sama dengan pesaing lainnya maka konsumen akan lebih beralih ke tempat lain yang memiliki harga lebih terjangkau dengan menu yang sama.

Pada indikator informasi *cafe* melalui area *cafe* dengan nilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara memasang spanduk ataupun membuat papan iklan di area gang masuk pada *cafe* sehingga konsumen yang berlalu melewati area *cafe* dapat memperhatikan dengan jelas.

Kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar sudah dikategorikan baik. Namun kepuasan konsumen dapat dioptimalkan kembali dengan memperhatikan faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen menurut, (Lie *et al.*, 2021) meliputi bukti fisik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang inovasi produk memperoleh nilai rata-rata keseluruhan baik. Nilai tertinggi berada pada dimensi desain produk dengan indikator komposisi bahan makanan. Untuk nilai terendah pada dimensi desain produk dengan indikator hiasan sajian.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata keseluruhan baik. Nilai tertinggi berada pada dimensi keandalan (*reliability*) dengan indikator pengetahuan karyawan dalam memasarkan. Untuk nilai terendah pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) pada indikator kesediaan karyawan memberi informasi.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan konsumen memperoleh nilai rata-rata keseluruhan baik. Nilai tertinggi berada pada dimensi harga dengan indikator pemberian diskon. Untuk nilai terendah berada pada dimensi promosi berada pada indikator informasi *cafe* melalui area *cafe*.
4. Hasil regresi linear menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.

5. Hasil analisis koefisien korelasi determinasi menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar. Kemudian nilai koefisien determinasi menunjukkan puas tidaknya kepuasan pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar dapat dijelaskan oleh inovasi produk dan kualitas pelayanan.
6. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar secara parsial.
7. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar secara parsial.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, sebaiknya setelah menyelesaikan satu pesanan ada baiknya mengkonfirmasi ulang langsung ke bagian dapur (koki) akan bahan makanan/minuman yang sering dipesan oleh konsumen supaya tidak terlambat untuk menginfokan bahwa ada menu yang kosong sebelum kembali dipesan oleh konsumen.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, sebaiknya pihak *cafe* dapat memperhatikan area sekitaran *cafe* dengan membuat spanduk iklan untuk mengarah ke *cafe* agar pengemudi/konsumen yang berlalu dapat melihat dan mau mengunjungi *cafe*.
4. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan kekurangan yang dimiliki penulis, penelitian ini masih dinyatakan belum optimal dan masih terdapat kelemahan-kelemahan serta belum mengungkap seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar.

Saran

Dari kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat berguna bagi Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan inovasi produk pada Kedai Kopi Hordja Pematang Siantar, sebaiknya pihak *cafe* memperbaharui alat saji makanan lama menjadi alat saji model kekinian. Hal ini dikarenakan proses hiasan penyajian sangat penting dan perlu menjadi bahan perhatian bagi usaha kuliner saat ini agar dapat merubah model dan memperindah tampilan sajian makanan sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014) **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Aryandi & Onsardi (2020) **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu,”** Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis, 1 no 1.
- Butarbutar, M. *et al.* (2021) **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee**

- Pematangsiantar"** Maker: Jurnal Manajemen, Vol. 7, No. 2 hal. 200–207.<http://docplayer.info/226283504>
- Dhewanto, W. & Mulyaningsih, Dwi, Hendrawati, D. (2014) **Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan**. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fillayata, V.E. & Mukaram (2020) **"Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Road Cafe & Steak & Pasta Bandung),** Jurnal Relawan Indonesia (RJI) ISSN: 2775-2003," *IRWNS*, Vol. 11 No. 1. hal. 11-12. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2150>
- Hamzah, F. & Ariesta, F. (2022) **"Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kuswini Catering Bandung"** ISSN: 2685-6972," *Sains Manajemen*, Vol. 4, No. 1 hal. 12-22. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/694>.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016) **Marketing Management. 15th edition**. Jakarta Barat: *Pearson Education*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2019) **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lie *et.al.*, (2021) **"Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar,"** E-ISSN: 2798-0049,*Journal of Management Sciences*, Vol. 1, No. 2. hal. 32-41. <http://jurnal.stiessultanagung.ac.id/index.php/strategic>.
- Lupiyoadi, R. (2014) **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Panjaitan, R. (2018) **Manajemen Pemasaran**. Diedit oleh Sukarno. Karawang Barat: Sukarno Pressindo.
- Sinambela, L.P. (2019) **Manajemen Kinerja**. 1 ed. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2014) **Service, Quality and Satisfaction**. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.