

PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA KABUPATEN GARUT

Ade Sudrajat^{1*)}, Mira Veranita²⁾, Tatiek Ekawati Permana³⁾, Yunyun Ratna H⁴⁾

Universitas Nurtanio¹⁾, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya²⁾

ASM Ariyanti³⁾, STIA Bagasasi⁴⁾

Email: sudrajatade099@gmail.com^{1*)} mirave2198@gmail.com²⁾

tatiek@ariyanti.ac.id³⁾, yunyunratna@ymail.com⁴⁾

Abstract

The aim of this study is to find out how the quality of coffee beverage products affects customer satisfaction in coffee shops in order to improve the tourism sector in Garut district. Quantitative descriptive methods are used to gather data, with questionnaires distributed to 48 respondents who have been tested for validity and reliability. The results of the research showed that the quality of coffee beverage products had a positive influence on consumer satisfaction, as proven by a T count of 10,487 with a probability of 0,0000,05 and a strong correlation. The correlation value obtained was 0,840 with a determination coefficient of 0,705, which means the influence of the free variable on the bound variable is 69.9%. The recommendation that can be given to the managers of coffee shops in Garut District is to always maintain the quality standards of coffee seeds and coffee drink making processes, as well as to keep an eye on the quality aspects of coffee drink products such as the shape and appearance of coffee drinks that affect the satisfaction of consumers, so Garut County remains a tourist destination city that attracts tourists both locally, domestically, and internationally.

Keywords: Coffee Shop, Customer satisfaction, Garut product quality

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk minuman kopi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai-kedai kopi (*coffee shop*) untuk meningkatkan sektor pariwisata di Kabupaten Garut. Metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data, dengan kuesioner yang didistribusikan kepada 48 responden yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk minuman kopi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 10,487 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan dinyatakan berkorelasi kuat. Nilai korelasi yang didapat sebesar 0,840 dengan koefisien determinasi sebesar 0,705 yang berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 69,9%. Rekomendasi yang bisa diberikan kepada pengelola kedai-kedai kopi di Kabupaten Garut adalah selalu menjaga standar kualitas biji kopi dan proses pembuatan minuman kopi, serta tetap memperhatikan aspek kualitas produk minuman kopi seperti bentuk dan penampilan minuman kopi yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar Kabupaten Garut tetap menjadi kota tujuan wisata yang menarik wisatawan baik lokal, domestik maupun internasional.

Kata Kunci: Garut; Kedai Kopi, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

A. PENDAHULUAN

Salah satu sektor ekonomi utama Indonesia adalah pariwisata (Aliansyah & Hermawan, 2021; Ikram, Idrus & Nurhidayah, 2016; Wulandari et al., 2018). Warisan budaya, kekayaan dan indahnya alam Garut, peninggalan-peninggalan budaya khas Garut yang orisinal merupakan nilai lebih yang harus terus dikembangkan dan juga dipromosikan (Tetep et al., 2021; Taofiqurohman, 2019). Sektor ini bahkan menjadi sektor unggulan nomor empat setelah minyak, batu bara, dan kelapa sawit, dan memiliki peran penting dalam meningkatkan devisa negara. Industri jasa pariwisata bergantung pada kreativitas. Indonesia, yang memiliki banyak potensi pariwisata, harus memanfaatkan potensinya untuk kepentingan rakyatnya (Yusuf & Veranita, 2021). Saat ini, pariwisata memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia. Data Badan Pusat Statistik mencatat bahwa Garut merupakan kota terbanyak ke-4 di Jawa Barat yang dikunjungi oleh banyak turis (wisatawan) baik lokal, nasional maupun wisatawan internasional, setelah Kota Bandung, Kabupaten Pangandaran dan Kabupaten Bandung Barat. Kota yang dijuluki *Swiss of Java* ini, selama tahun 2019 sampai 2022, didatangi sebanyak 13,3 juta wisatawan.

Udara di Garut sejuk karena dikelilingi oleh pegunungan dan perbukitan. (Wibowo & Nurhasan, 2020). Garut memiliki banyak potensi untuk dikunjungi, baik itu wisata alamnya yang indah, tempat-tempat rekreasi yang menyenangkan, wisata belanja berbagai produk kerajinan seperti produk kulit dan batik, serta berbagai atraksi hiburan dan kuliner yang belakangan ini meningkat pesat. Bermunculannya banyak tempat istirahat juga menghasilkan beragam industri kuliner, seperti cemilan dan oleh-oleh Garut, rumah makan dengan tema tertentu, dan juga kedai kopi (*coffee shop/coffee house*) dengan berbagai jenis pelayanan. Bahan baku untuk sebagian besar kedai kopi di Garut berasal dari perkebunan kopi di Garut sendiri, antara lain perkebunan Cikuray, perkebunan di sekitar Pegunungan Papandayan, Samarang, Talaga Bodas, dan Pangauban (Mulyana & Radiansyah, 2020). Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Garut, saat ini jumlah lahan pertanian kopi di Kabupaten Garut mencapai 5.842,5 hektar dengan jumlah produksi sebanyak 2.949 ton per tahun. Banyak pengusaha muda memulai bisnis kedai kopi karena dianggap menarik dan menguntungkan, terutama karena peminat kopi yang terus meningkat sebagai akibat dari perubahan gaya hidup.

Karena banyaknya persaingan di industri kedai kopi dengan produk dan harga yang sama, pengelola kedai kopi harus dapat menarik pelanggan untuk memenangkan pasar. Untuk menghadapi persaingan dengan tingkat kompetisi yang tinggi, strategi pemasaran yang berpusat pada kualitas produk adalah yang harus digunakan (Tetep et al., 2021). Kualitas minuman kopi masih menjadi faktor terpenting, bersama dengan suasana kedai, harga, dan faktor lainnya, menurut survei yang dilakukan terhadap 25 konsumen minuman kopi di Kota Garut. Konsumen menggunakan persepsi mereka untuk menentukan kualitas produk yang baik atau buruk. Jika suatu produk atau layanan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka bisa dikatakan bahwa produk tersebut berkualitas. Konsumen dan pengalaman mereka dengan barang dan jasa menentukan kualitas. Adanya standar operasional yang konsisten dan menyeluruh diperlukan untuk menjaga kualitas produk agar pelanggan puas.

Pengolahan biji kopi menjadi kopi yang siap untuk dinikmati, cukup rumit dan hanya dapat dilakukan oleh ahli yang berpengalaman dan profesional. Barista sebagai pengolah kopi menjadi minuman yang nikmat dan penyaji kopi yang baik juga harus terlatih. Untuk menghasilkan secangkir kopi yang berkualitas, bahan baku utama, biji kopi yang telah diolah dengan baik dan berkualitas, serta takaran bahan-bahan lainnya, harus diatur dengan benar. Manajemen kedai kopi harus menjaga cita rasa dan ciri khas produk kopi mereka, dengan kata lain mempertahankan kualitasnya. Beberapa hal dapat mengurangi kualitas antara lain karena proses pengolahan biji kopi dan pembuatan minuman kopi yang tidak sesuai standar. Dalam

persaingan *coffee shop*, kualitas kopi menjadi yang paling penting. Ketika pelanggan atau pengunjung yang datang mengeluh dan merasakan ketidakpuasan dengan produk minuman kopi yang disajikan, akan berdampak besar pada target penjualan produk kopi yang tidak tercapai. (Marlina & Wufron, 2021). Keluhan yang paling umum antara lain berkaitan dengan rasa kopi, ketepatan, dan kecepatan penyajiannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk minuman kopi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi di Kabupaten Garut.

B. KAJIAN PUSTAKA

"Totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat didefinisikan sebagai kualitas produk". (Evert & Gustavson dalam (Purba & Veranita, 2021)

Perusahaan harus memahami faktor-faktor apa yang digunakan pelanggan untuk membedakan produk yang dijualnya. Aspek-aspek ini termasuk kinerja (kinerja), daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika dan persepsi kualitas. Jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar, mereka harus memahami faktor-faktor ini.

Tjiptono & Chandra (2008) menggambarkan kepuasan pelanggan sebagai sejumlah elemen penting, seperti membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan.

Menurut (Veranita & Gunardi, 2023) indikator kepuasan konsumen terdiri dari beberapa hal: perasaan puas (dalam arti puas dengan produk dan pelayanannya), sering membeli produk, merekomendasikannya kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu apakah kualitas produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Mowen et al. (2002), kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk, pelanggan akan memiliki keunggulan yang lebih besar. Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis yang diajukan adalah : kualitas produk minuman kopi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (H_0) dan Kualitas produk minuman kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H_1)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif untuk mendapatkan gambaran tentang pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel kualitas produk minuman kopi sebagai variabel bebas (X) dan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y).

Fokus penelitian ini adalah kualitas minuman kopi di beberapa kedai kopi di Kabupaten Garut, yaitu : Penyoe Kakopi, Mahkota Java Cave, Kopilogi, Taman Kopi Cisurupan dan Rumah Kopi Sunda. Dua kelompok yang menjadi responden adalah pemilik dan manajer kedai kopi, dan pengunjung atau konsumen yang memperhatikan masalah kualitas produk minuman kopi, dengan sampel sebanyak 48 responden yang diambil secara random dengan teknik *purposive sample*.

Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dan kuesioner, sementara data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan dari beberapa dokumen yang mendukung. Analisis data dilakukan melalui : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Nilai Sederhana, Analisis Korelasi (Pearson Product Moment), Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya banyak kedai kopi di Garut antara lain didukung oleh suasana dan iklimnya yang nyaman dan sejuk, yang membuat banyak pelanggan senang menyeruput kopi. Persaingan yang ketat menyebabkan kedai kopi berskala nasional dan internasional yang sudah terkenal membuka banyak cabang di seluruh kabupaten. Dengan banyak pilihan yang tersedia bagi pelanggan, kedai kopi lokal harus mampu mempertahankan kualitas produk mereka untuk memastikan bahwa pelanggan puas. Kepuasan pelanggan akan menghasilkan ikatan emosional dan perasaan setia terhadap produk dan kedai kopi, sehingga pelanggan akan tetap datang dan mengkonsumsi bahkan setelah munculnya berbagai kedai kopi.

Berikut adalah karakteristik responden dalam penelitian ini:



Gambar 2 : Karakteristik Responden

Berdasarkan usianya, responden yang paling banyak adalah berusia antara 20-30 tahun. Ternyata saat ini penikmat kopi paling banyak adalah dari kalangan milenial, khususnya kaum pelajar (31%) dan mahasiswa (36%). Dari wawancara yang dilakukan, sebagian besar membeli minuman kopi karena ingin mencoba kopi dan jenis minuman kopi rasa baru, sebagian lagi karena sudah cocok dan menyukai rasa kopi yang disajikan dan sebagian kecil untuk tujuan-tujuan lain, seperti datang karena *meeting appointment* atau membuat konten. Berdasarkan survey, diketahui bahwa penyuka kopi dari kalangan milenial ini masih didominasi kaum pria sebanyak 83% dengan pilihan jenis kopi robusta yang paling banyak.

ARTIKEL

Berdasarkan hasil Uji Validitas dan Reliabilitas yang dilakukan dinyatakan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel karena nilai korelasi untuk semua item berada diatas nilai r Tabel yaitu 0,284 dan angka *Cronbach alpha* adalah sebesar 0,965, lebih besar dari nilai minimal *Cronbach alpha* 0,6.

		Unstandar dized Residual
N		48
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.1953125
	n	1
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.052
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		.922
Asymp. Sig. (2-tailed)		.363

a. Test distribution is
Normal.

Tabel 1 : Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Berdasarkan Tabel Kolmogorov-Smirnov Test diatas penulis menyimpulkan bahwa hasil dari output tersebut adalah sebesar 0,922 sehingga berdistribusi normal dan model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi probabilitas berdasarkan masukan variabel dependennya

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.043	3.614		.842	.404
kualitas produk minuman kopi	.916	.067	.840	10.487	.000

a. Dependent Variable:
kepuasan konsumen

Tabel 2. Uji Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil output diatas maka didapatkan hasil dari analisis korelasi sebesar 0.840 yang menyatakan hubungan antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen sangat kuat

ARTIKEL

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1147.379	1	1147.379	109.987	.000 ^a
Residual	479.871	46	10.432		
Total	1627.250	47			

a. Predictors: (Constant),
kualitas produk minuman
kopi

b. Dependent
Variabel: kepuasan
konsumen



Tabel 3: Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.699	3.230

a. Predictors: (Constant), kualitas produk
minuman kopi

Tabel 3: Uji Koefisien Determinasi

Dari perhitungan dengan menggunakan koefisien determinasi tersebut diketahui sebesar 70,5% artinya ada hubungan yang berarti antara pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di, sedangkan sisanya sebesar 29,5% merupakan faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dari output diatas, didapatkan nilai Adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,699 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 69,9%.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.043	3.614		.842	.404
kualitas produk minuman kopi	.916	.087	.840	10.487	.000

a. Dependent Variable:
kepuasan konsumen

Tabel 4. Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, bagi para penggemar kopi, kopi Garut memiliki aroma yang kuat dan citarasa yang khas yang tidak dimiliki oleh kopi dari daerah lain. Kopi Garut dengan rasa yang nikmat memikat dan membuat para wisatawan yang datang penasaran untuk ikut menyeruput minuman kopi khas kota ini. Legenda kopi Garut yang sejarahnya ditinggalkan oleh bangsa Eropa yang pernah datang dan menanam kopi di ketinggian 1300 mdpl juga menjadi daya pikat bagi para wisatawan. Dengan semakin berkembangnya kedai-kedai kopi di Kabupaten Garut, dan menggiatnya para pengolah kopi, perlu adanya usaha untuk menjaga kualitas kopi dan juga minuman kopi. Kualitas buah kopi harus diikuti dengan meningkatnya kualitas minuman kopi yang disajikan. Apabila hal ini terus dipertahankan, maka pariwisata di Kabupaten Garut akan semakin semarak, tingkat kunjungan wisata meningkat dan akan memberi dampak positif bagi masyarakat yaitu peningkatan kualitas ekonomi.

E. SIMPULAN

Menurut hasil data penelitian berdasarkan tanggapan responden, dari kedua variabel yaitu kepuasan konsumen mengenai pernyataan *repeat order* dengan skor sebesar 372 dan data skor terendah pada kualitas produk minuman kopi mengenai pernyataan penampilan. Dari kedua data tersebut dapat disimpulkan kedua variabel berpengaruh positif dan perlu ditingkatkan lagi agar kepuasan konsumen lebih meningkat.

Berdasarkan hasil pengolahan data pengaruh antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen sangat kuat dengan proses pengujian data uji koefisiensi korelasi dan diperoleh hasil sebesar 0,841 yang menyatakan hubungan sangat kuat.

REFERENSI

- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55.
<https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Handayani Tati, Fathoni, dan Muhammad Anwar (2019), Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam, CV Budi Utama : Yogyakarta
- Hermawan, Iwan. (2019), Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Meth od), Hadiyatul Quran Kuningan : Kuningan
- Hounson, K. (2008), Total Quality Management, Excellence Corp : USA
- Ikram Idrus, M., & Nurhidayah. (2016). Peranan Sektor Pariwisata Dan Kebudayaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Lokal Kabupaten Wakatobi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 142–151.
- Kotler. (2008), Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing, Gramedia : Bandung
- Marlina, S., & Wufron, W. (2021). Jurnal Wacana Ekonomi Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(02), 115–121.
- Mulyana, T., & Radiansyah, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Penyoe Kakopi Garut Analysis of Factors That Drive Customer Satisfaction of Penyoe Kakopi Garut Coffee Store. 3(2), 263–268.
- Purba, M., & Veranita, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Scarves and Pashmina Alisha Fancy Shop). *Jurnal Co Management*, 4(1), 632–640.
<https://doi.org/10.32670/comanagement.v4i1.582>
- Sekaran, U. (2003), Research Methods of Business : Skill Building Approach. Willey and Sons Inc : New York
- Taofiqurohman, A. (2019). Zonasi Kawasan Wisata Pantai di Kabupaten Garut Jawa Barat Menggunakan Pemodelan Viewshed. *Majalah Geografi Indonesia*, 33(1), 36.
<https://doi.org/10.22146/mgi.37679>
- Tetep, T., Suherman, A., Mulyana, E., Widyanti, T., Pebriani, W., Susanti, Y., & Ilah, I. (2021). Potensi Pariwisata Garut Dalam Mewujudkan Ekonomi Kreatif. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02), 141–146.
<https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.219>

ARTIKEL

- Veranita, M., & Gunardi, G. (2023). Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Untuk Perencanaan Strategi. *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 7(1), 198–208.
- Wibowo, L. A., & Nurhasan, R. (2020). Analisis Faktor Corporate Reputation pada Tempat Wisata. *Fakultas Ekonomi Universitas Garut*, 19(2), 2–4.
- Wulandari, W., Tinggi, S., & Bandung, P. (2018). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Provinsi Jawa Barat (Analisis Lq Dan Shift Share). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(2), 151–169.
- Yusuf, R., & Veranita, M. (2021). Minat Berwisata Kaum Milenial Di Era New Normal. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 158–167.
<https://doi.org/10.47608/jki.v15i22021.158-167>