

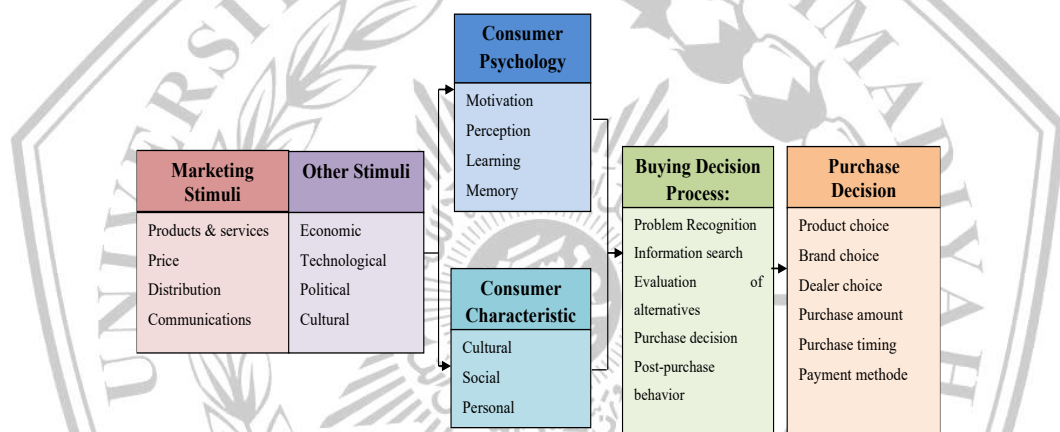
## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 1. Perilaku Konsumen

Model perilaku konsumen yaitu sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen menggambarkan model perilaku konsumen (3).



**Gambar 2. 1. Model Perilaku Konsumen**

Sumber: (3)

Model perilaku konsumen Kotler dan Keller digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan hubungan antara kualitas layanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. pada model tersebut, kepuasan konsumen sebagai variabel terikat ada di *buying decision proses* sedangkan variabel bebasnya yaitu kualitas layanan dan kualitas produk ada di *marketing stimulus*, pada model ini kualitas layanan dan kualitas produk dibatasi sebagai bagian dari stimulus pemasaran, karena bersifat terkontrol. Variabel kualitas layanan dan kualitas

produk ini mempengaruhi proses pengambilan keputusan, khususnya pada tahap perilaku pasca pembelian, yang dalam penelitian sama dengan kepuasan konsumen.

Melalui model ini, bisa dijelaskan bahwa stimulus pemasaran yang mencakup kualitas layanan dan kualitas produk berdampak pada keputusan dan pengalaman konsumen setelah melakukan pasca pembelian. Maka dari itu, model ini dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **2. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakan yang berkaitan dengan keinginan (3). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari dari seseorang karena membandingkan kinerja atau hasil dari suatu produk atau layanan dengan harapan (3). Konsumen yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi pada umumnya akan tetap setia lebih lama. Apabila kinerja yang dihasilkan jauh dari yang diharapkan, konsumen akan merasa kecewa, jika kinerja yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa senang atau puas.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen yang dilihat dari sisi konsumen yaitu tentang apa yang telah dirasakan oleh konsumen dari pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diharapkan.

### **a. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen**

Terdapat lima faktor utama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen (4):

## 1. Kualitas Produk

Produk yang dianggap berkualitas apabila dapat memenuhi harapan konsumen, konsumen akan puas apabila mereka sudah melakukan evaluasi terakit produk yang digunakan berkualitas. Produk dinyatakan berkualitas jika dapat memenuhi keinginan yang diharapkan konsumen. Hal ini mencakup daya tahan, estetika, dan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Misalnya, konsumen berkunjung ke *cafe* membeli suatu produk makanan atau minumanan, mereka berharap produk tersebut sesuai dengan cita rasa yang dijanjikan, jika ekspetasi ini terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas.

## 2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan memiliki dampak besar oleh kepuasan konsumen. Konsumen akan cenderung puas apabila mendapatkan pelayanan yang cepat dan ramah secara personal. Misalnya, staf perusahaan memberikan perhatian penuh dengan bersikap sopan dan merespon keluhan konsumen secara cepat, hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## 3. Emosional

Emosional juga berperan penting dalam membangun kepuasan konsumen, ketika seseorang dihargai oleh orang lain karena menggunakan produk tersebut, mereka cenderung puas. konsumen yang berkunjung ke *café* mereka merasa bangga ketika dapat pengakuan dari orang lain atas pilihan mereka.

## 4. Harga

Perusahaan yang menetapkan harga yang relatif murah tetapi memiliki pelayanan dan kualitas produk yang sama. Hal tersebut, dapat memberikan nilai

yang lebih tinggi, karena harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas produk dan layanan yang mereka dapatkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

## 5. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan diluar harga yang sudah ditetapkan mereka akan puas. Layanan pengiriman gratis tanpa mengeluarkan biaya tambahan memberikan nilai tambah bagi konsumen ataupun membuang waktu demi mendapatkan suatu produk jasa, karena mereka cenderung puas apabila kualitas produk yang baik tetapi biaya yang dikeluarkan relatif murah.

### a. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen (13) :

#### 1. Kesesuaian Harapan

Kepuasan konsumen terjadi ketika produk atau layanan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan yang sebelumnya pelanggan memiliki ekspektasi. Konsumen telah memiliki gambaran tentang apa yang mereka dapatkan sebelum memilih suatu produk atau layanan, apabila kenyataan sesuai atau melebihi harapan maka konsumen merasa puas.

#### 2. Niat membeli ulang

Konsumen yang cenderung puas dengan produk atau layanan akan menjadikan suatu tempat atau merek tersebut menjadi pilihan utama dimasa mendatang. Jika minat berkunjung kembali lebih tinggi menunjukkan bahwa konsumen mempunyai pengalaman yang positif dan mempunyai keinginan untuk berkunjung ulang.

### 3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Konsumen yang puas cenderung akan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain seperti teman atau keluarga. Rekomendasi sendiri dapat menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya puas tetapi tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tinggi sehingga ingin menyarankan kepada teman ataupun keluarga.

### 4. Ketidakpuasan konsumen

Perasaan konsumen akan muncul setelah mengalami produk atau layanan yang mereka beli, ketika produk atau layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen, mereka akan merasa puas. Sebaliknya, jika pengalaman yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka ketidakpuasan bisa muncul yang akan mempengaruhi kestabilan dan pertumbuhan jangka panjang.

### 5. Kepuasan konsumen secara keseluruhan

Kepuasan konsumen secara keseluruhan berfokus pada tingkat kepuasan yang umum dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau layanan yang diberikan keseluruhan, melalui interaksi secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan terhadap pelayanan menunjukkan fokus pada elemen tertentu dalam layanan, seperti dampak positif staf atau kecepatan respon, yang berguna untuk menilai efektivitas pelayanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali berkunjung.

## **3. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai kombinasi atau karakteristik yang dapat menentukan seberapa baik layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan

konsumen (4). Kualitas layanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi dilihat dari proses layanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, apabila semakin baik pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan oleh mereka.

Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung dengan kemampuan bagaimana memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan secara eksplisit maupun hanya tersirat (14). Kemampuan produk atau layanan yang berguna untuk memuaskan menjadi penentu utama pada kualitas. Produk atau layanan yang berkualitas mampu memahami diri dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan, pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Terdapat serangkaian perbedaan utama terkait kualitas layanan, kesenjangan yang terungkap dari wawancara eksklusif yang dipengaruhi oleh lima gap yaitu : Gap 1 perbedaan antara harapan pelanggan dan pemahaman manajemen tentang harapan, Gap 2 perbedaan antara pemahaman manajemen tentang harapan konsumen dengan standar layanan yang telah ditetapkan, Gap 3 perbedaan antara standar layanan yang ditetapkan dan pelaksanaan layanan, Gap 4 perbedaan antara pelaksanaan layanan dan komunikasi eksternal kepada konsumen, dan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Gap 5 yang mengacu pada perbedaan antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dan harapan terhadap layanan tersebut (15). Pada tahun 1988 Parasuraman mengembangkan kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang mencakup: bukti fisik,

keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati (16). Jika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan cenderung tidak puas. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima memenuhi harapan, pelanggan cenderung puas dan terkesan.

#### a. Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat beberapa dimensi pada kualitas layanan (16) :

##### 1. Bukti Fisik

Kemampuan perusahaan dalam memperlihatkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan dan prasarana fisik yang bisa diandalkan pada keadaan lingkungan sekitarnya dapat menjadi bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1) Peralatan modern

Peralatan modern yang digunakan Labuan Café untuk memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran menggunakan *Qris*.

##### 2) Fasilitas yang menarik secara visual

Fasilitas Labuan Café memberikan desain visual di area *indoor* dan *outdoor* dengan interior yang modern dan minimalis.

##### 3) Karyawan yang berpenampilan rapi (professional)

Karyawan di Labuan café selalu tampil rapi sebagai bagian citra positif yang ingin ditampilkan oleh pengunjung dengan seragam yang bersih dan terawat dengan desain yang sesuai dengan konsep *café*.

## 2. Keandalan

Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara benar dan terpercaya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1) Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan

Labuan Cafe berkomitmen untuk selalu memberikan layanan yang sesuai keinginan konsumen.

### 2) Keandalan dalam menangani permasalahan

Labuan Café selalu mendengarkan keluhan yang disampaikan konsumen dengan memberikan perhatian dan mencari solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

### 3) Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali

Labuan Café memberikan penjelasan yang jelas dan memastikan setiap detail tersampaikan sehingga konsumen terinformasi dengan baik sejak awal.

## 3. Ketangapan

Kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan memberikan informasi secara jelas. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1) Menginformasikan kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa

Labuan Café memberikan informasi yang jelas bahwa setiap pesanan akan disampaikan dalam waktu yang telah diinformasikan sebelumnya.

2) Kesiediaan untuk membantu pelanggan

Labuan Café selalu mengutamakan pelanggan dengan menunjukkan kesiediaan penuh untuk membantu segala kebutuhan konsumen.

3) Kesiapan menanggapi permintaan pelanggan

Karyawan Labuan Café selalu menepatkan kebutuhan dan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama.

4. Jaminan

Pengetahuan, kesopanan dan kemampuan pegawai perusahaan untuk memberikan rasa percaya pada para pelanggan kepada perusahaan. Meliputi beberapa komponen seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Karyawan menanamkan kepercayaan pada pelanggan

Labuan Café menanamkan kepercayaan dengan memberikan informasi yang jelas terkait memberikan pelayanan terbaik.

2) Membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi

Labuan Café selalu memberikan nota sebagai bentuk transparansi dalam setiap transaksi yang berfungsi untuk sebagai bukti pembayaran yang mencantumkan detail pesanan pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman dalam proses bertransaksi.

3) Karyawan yang selalu bersikap sopan

Karyawan Labuan Café selalu bersikap sopan sebagai bentuk penghormatan, dengan sikap yang sopan dapat mencerminkan pelayanan yang terbaik dan membangun hubungan yang positif dengan setiap konsumen yang berkunjung.

4) Karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan  
Karyawan Labuan Café memiliki pengetahuan yang luas terakit menu, layanan, dan kebijakan yang ada di café sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan jelas dan tepat.

#### 5. Empati

Memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen secara individu dengan berupaya memperhatikan apa yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini diharapkan bahwa perusahaan dapat memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, serta memiliki sistem pengoprasian yang nyaman kepada konsumen. indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Memberikan perhatian kepada pelanggan

Labuan Café selalu memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan konsumen terkait pelayanan maupun suasana selama berada di *café*.

2) Keramahan dalam pelayanan

Labuan Café selalu bersikap ramah dengan menyambut dengan hangat dan berinteraksi dengan baik selama proses layanan, dengan sikap ramah dapat mencitpakan suasana yang menyenangkan yang akan membuat konsumen merasa dihargai.

#### 4. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan gabungan dari berbagai fitur dan karakteristik yang menentukan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang diungkapkan secara langsung maupun tidak. Suatu produk dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen (3).

Persepsi kualitas berasal dari pengalaman dan penilaian konsumen terhadap produk yang mereka terima.

Kualitas produk memiliki dua dimensi: tingkat dan konsistensi. Dalam mengembangkan suatu produk, pemasar harus memutuskan tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk maka kualitas produk berarti kinerja, yaitu kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya (14). Kualitas produk memiliki peran penting dalam menciptakan ingatan positif. Pada dasarnya konsumen membeli suatu produk tidak serta merta hanya ingin membeli suatu produk tanpa berfikir panjang, tetapi pelanggan membeli sebuah produk melihat keunggulan pada suatu produk tersebut. Maka dari itu perusahaan sangat penting untuk memberikan produk yang unggul pada pelanggan dengan membuat produk tersebut menjadi berkualitas.

Kualitas produk adalah kecenderungan suatu produk untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan, sehingga mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang. Definisi tersebut dapat diartikan kualitas produk memiliki karakteristik pada suatu produk atau layanan yang dapat mempengaruhi kemampuan dalam memenuhi kebutuhan baik itu secara eksplisit ataupun tersirat.

Kualitas produk dapat menentukan seberapa baik produk tersebut dalam menjalankan estetika dalam memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas produk mencakup beberapa aspek yaitu kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan melayani dan kualitas yang dirasakan. Kualitas produk dapat dirasakan dengan cara membandingkan dengan standar yang telah

dijanjikan, apabila tidak sesuai dengan standar maka kualitas produk mempunyai kualitas yang rendah, begitu juga sebaliknya, jika kualitas produk melampaui standar yang telah dijanjikan maka dianggap bahwa produk tersebut mempunyai kualitas yang tinggi. Dengan memperhatikan dan selalu meningkatkan kualitas produk, maka perusahaan akan mendapatkan kesan positif dibenak konsumen karena cenderung puas.

a. Dimensi Kualitas Produk

Terdapat beberapa indikator pada kualitas produk (17):

1. Kinerja

Karakteristik yang mengacu pada fungsi pada suatu barang yang menjadi faktor untuk mempertimbangkan ketika ingin membeli suatu produk. Konsumen cenderung tidak tertarik apabila kualitas produk yang disajikan tidak memenuhi standar. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Efisiensi produk dalam menjalankan fungsi utama

Labuan Café memastikan produk yang diberikan tidak hanya berkualitas tinggi tetapi dalam hal penyajian disajikan dengan cara yang efisien.

b. Kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan

Labuan Café memahami kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan dengan kebutuhan pilihan makanan sehat atau berbagai kebutuhan diet tertentu, dengan memperhatikan selera konsumen akan memuaskan konsumen dan relevan dengan harapan mereka.

## 2. Fitur

Pelengkap bagi produk atau tambahan yang akan meningkatkan daya tarik tersendiri pada konsumen, dengan adanya fitur-fitur yang baik pada suatu produk maka konsumen cenderung akan puas. Fitur ini merupakan aspek salah satu dari aspek sekunder kinerja. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Variasi menu yang tersedia

Labuan Café memberikan beragam menu makanan dan minuman, dari hidangan berat, cemilan ringan dan bergaia minuman segar dan kopi yang berkualitas

### b. Inovasi dalam fungsi yang ditawarkan

Labuan Café selalu membuat inovasi produk setiap bulannya dengan menu yang bervariasi dengan rasa dan konsep yang menarik

## 3. Keandalan

Kemungkinan bahwa suatu produk sudah sesuai dengan fungsinya maka akan menentukan seberapa sukses produk tersebut digunakan dan tidak akan gagal dalam periode waktu tertentu pada saat digunakan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Konsistensi kualitas rasa dari waktu ke waktu

Labuan Café selalu menjaga kualitas rasa dalam setiap hidangan yang akan disajikan dari waktu ke waktu dengan memastikan proses pengelolaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, sehingga cita rasa ssetaip menu tetap akan terjaga.

b. Menu kepastian selalu tersedia sesuai pesanan

Labuan Café memastikan bahwa menu yang ditawarkan selalu tersedia sesuai dengan keinginan yang dipesan oleh konsumen, dengan menerapkan manajemen stock yang efektif guna untuk memastikan ketersediaan bahan baku, sehingga setiap menu dapat disajikan tanpa adanya gangguan.

4. Kesesuaian

Kesesuaian produk dapat memenuhi standar yang diinginkan oleh produsen dan sesuai dengan perencanaan yang ditetapkan oleh perusahaan dengan maksud bahwa produk-produk yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Pada dasarnya, setiap produk memiliki karakteristik dan standar yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi yang ditentukan

Labuan Café selalu memastikan bahwa produk yang disajikan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan, yaitu itu dari segi rasa maupun ukuran porsi yang memastikan bahwa produk yang diterima oleh konsumen selalu memenuhi ekspektasi.

b. Kepatuhan dalam standar kualitas

Labuan Café mematuhi standar kualitas yang sudah ditetapkan dari pemilihan bahan baku yang berkualitas hingga pengelolaan yang higienis, sehingga memberikan kepercayaan setiap menikmati produk yang disajikan.

## 5. Daya tahan

Dapat didefinisikan berapa lama produk tersebut bisa dikonsumsi tetapi masih bisa menjalankan fungsinya dengan baik. Maka dari itu apabila produk tersebut bisa bertahan lama maka konsumen akan berfikir bahwa produk tersebut layak untuk dibeli. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Stabilitas rasa dalam kondisi dibawa pulang

Labuan Café memastikan bahwa stabilitas rasa tetap terjaga meskipun kondisi dibawa pulang dengan mengatur porsi bumbu agar rasa tetap terjaga baik itu dinikmati ditempat maupun dibawa pulang.

### b. Kualitas produk tetap baik dibeli untuk dinikmati nanti

Labuan Café memastikan bahwa semua menu dikemas dengan baik dengan menggunakan wadah yang sesuai untuk menjaga kehangatan dan teksturnya, sehingga konsumen dapat menikmati hidangan dalam kondisi yang sama pada waktu di *cafe*.

## 6. Kemampuan melayani

Dapat diartikan dengan kecepatan dan kenyamanan yang diresapi serta ketanggapan atas keluhan yang dapat segera dilakuka. Pada dasarnya, apabila suatu produk terjadi kegagalan, maka kesiapan untuk memperbaiki produk dapat segera ditangani sehingga memungkinkan konsumen tidak ada yang merasa dirugikan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Kemudahan penggantian atau complain jika terjadi kesalahan

Labuan Café memberikan kemudahan pelanggan mengajukan keluhan apabila terjadi kesalahan dalam pesenan atau pelayanan, jika konsumen merasa

tidak puas dengan produk yang diterima karyawan Labuan Café akan segera memberikan solusi yang memadai.

## 7. Estetika

Menyangkut produk yang terlihat dan bisa dirasakan. Estetika merupakan penilaian individu terhadap suatu produk, seperti warna, desain kemasan, tekstur dan rasa. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Desain visual produk

Labuan Café memastikan bahwa setiap hidangan yang disajikan menggunakan pelapisan yang rapi dan menarik untuk meningkatkan daya tarik visual.

## 8. Kualitas yang dirasakan

Persepsi pelanggan atas sebuah produk yang menyangkut citra merek dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Reputasi merek atau produk di mata pelanggan

Labuan Café mempunyai reputasi yang baik di mata konsumen dengan selalu menyediakan produk yang berkualitas, pelayanan yang ramah dan pengalaman yang konsisten. Dengan itu konsumen akan memberikan kepercayaan yang tercipta melalui pelayanan yang jujur dan profesional, yang akan terciptanya reputasi yang baik.

### b. Testimoni dan ulasan konsumen

Labuan Café mendorong pelanggan untuk berbagai pengalaman konsumen setelah berkunjung atau menikmati produk atau layanan di cafe melalui *google*

*review*. pada setiap umpan balik, baik itu positif maupun negative dapat menjadikan bahan evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan peneliti untuk melakukan penelitian agar memperbanyak teori menguji penelitian yang dilakukan dibawah ini yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Variabel peneliti	Metode	Hasil
1	Zaini Ahmad (6)	Kualitas layanan Kepuasan pelanggan	Populasi: pelanggan Warung Bek Mu 2 Lamongan Sampel: 100 responden Alat analisis: regresi liner berganda Teknik sampling: <i>Accidental Sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Kiabeni (7)	Kualitas layanan Kepuasan pelanggan	Populasi: pada pelanggan Cafe Janji Jiwa Kota Sorong Sampel: 40 responden Alat analisis: Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas layanan
3	Silvia <i>et al.</i> (8)	Kualitas produk Persepsi harga Kualitas pelayanan	Populasi: pengunjung Cillo Coffe Sampel: 100 responden Alat analisis	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No	Peneliti	Variabel peneliti	Metode	Hasil
		Kepuasan pelanggan	Analisis regresi berganda	Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4	Elthantian <i>et al.</i> (9)	Kualitas produk Harga Kepuasan pelanggan	Populasi: Konsumen Café Rindu Lokaria Sampel: 100 responden Alat analisis: linear berganda Teknik sampling: <i>Purposive sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5	Siokain (10)	Kualitas produk Pelayanan Kepuasan pelanggan	Populasi: pengunjung Kedai & Café Fried Chicken Brottus, Kontainer-Kota Kupang Sampel: 100 responden Alat analisis: Model regresi linier berganda Teknik sampling: Teknik <i>probability Sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
6	Athollah <i>et al.</i> (11)	Kualitas layanan Kualitas produk	Populasi: konsumen pada SA.TUANG Coffee Shop Kota Tangerang. Sampel: 80 responden	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Peneliti	Variabel peneliti	Metode	Hasil
		Kepuasan pelanggan	Alat analisis: analisis regresi linear sederhana	kepuasan konsumen pada SA.TUANG Coffee Shop Kota Tangerang
7	Wicaksono <i>et al.</i> (12)	Harga Kualitas pelayanan Kualitas produk Kepuasan pelanggan	Populasi: konsumen bakso Pak Miad  Sampel: 100 responden  Alat analisis: Analisis regresi linier berganda  Teknik sampling: teknik <i>sampling purposive</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso Pak Miad Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen serta kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.
8	Cahyani <i>et al.</i> (18)	Kualitas produk Kualitas pelayanan Harga Kepuasan pelanggan	Populasi: konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya  Sampel: 100 responden  Alat analisis: regresi linier berganda  Teknik sampling: <i>accidental sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya.

No	Peneliti	Variabel peneliti	Metode	Hasil
				kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya adalah variabel kualitas produk.
9	Arief <i>et al.</i> (19)	Keragaman produk Harga Kualitas pelayanan Kepuasan konsumen	Populasi: pelanggan Café Violet Sampel: 96 responden. Alat analisis: regresi berganda Teknik sampling: <i>simple random sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Keragaman produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas kepuasan konsumen. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan menjadi paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.
10	Himawati (20)	Harga Kualitas pelayanan Kepuasan pelanggan	Populasi: pelanggan Warung Goceng Sampel: 100 responden Alat analisis: regresi liner berganda Teknik sampling: <i>sampel non probabilitas</i>	Hasil penelitian menunjukkan: Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan

Sumber: Penelitian terdahulu disusun oleh peneliti, November 2024

Perbedaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini sebagai berikut: penelitian yang dilakukan Elthantian *et al.* berbeda dengan penelitian saat

ini dalam hal teknik sampling yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan *purposive sampling* yang lebih selektif dalam menentukan responden (9), sementara penelitian saat ini menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih responden berdasarkan kemudahan akses atau ketersediaan. Perbedaan ini memberikan pendekatan yang lebih terarah dalam memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian.

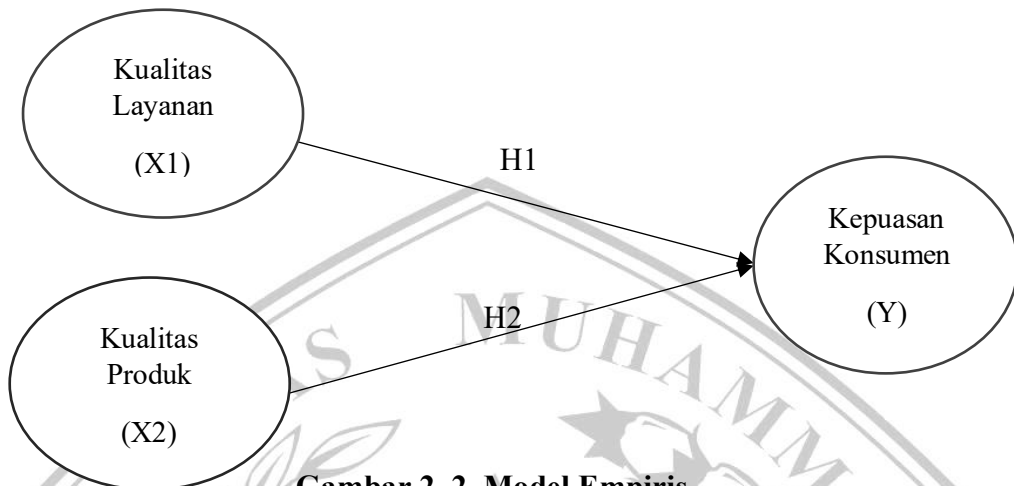
Perbedaan lainnya terdapat pada penelitian Siokain *et al.* yang berfokus pada Kedai & Café Fried Chicken Brottus, Kontainer-Kota Kupang (10), sedangkan penelitian ini berlokasi di Labuan Café Lamongan sebagai objek penelitian. Selain itu, penelitian yang dilakukan Zaini ahmad menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (6), sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penulisan pada penelitian ini melibatkan objek yang belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan juga berkaikan denga Teknik sampling yang digunakan. Namun penelitian ini mempunyai variabel yang sama dengan beberapa penelitian sebelumnya.

### **2.3. Model Empiris**

Model empiris merupakan perwujudan dan abstraksi ke hipotesis yang sudah dijelaskan sebelumnya tentang hubungan antar variabel yang disusun berdasarkan teori-teori terkait dengan variabel-variabel tersebut. Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk membuktikan timbulnya kepuasan konsumen Labuan

Cafe Lamongan sebagai variabel dependen, dan kualitas produk, kualitas layanan sebagai variabel independen.



**Gambar 2. 2. Model Empiris**

Sumber: Dirancang peneliti, November 2024

#### 2.4. Pengembangan Hipotesis

##### 1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas layanan mencerminkan sejauh mana sebuah bisnis mampu memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan pelanggan melalui aspek-aspek seperti empati, ketanggapan dan jaminan. Salah satu faktor dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan, karena *café* cenderung mempertimbangkan kualitas layanan salah satunya untuk mendapatkan pengalaman yang dimana penyajian dan ketanggapan dalam melayani konsumen sehingga konsumen cenderung puas. Apabila layanan yang diberikan konsisten dan menunjukkan perhatian pada pelanggan, hal ini menciptakan pengalaman positif dibenak konsumen yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Beberapa penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen (6), (7), (8). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas

layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. sedangkan beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan paling berdominan mempengaruhi kepuasan konsumen (19), (20). Semakin baik kualitas layanan atau kualitas produk yang diberikan, maka Labuan Café akan meningkatkan kepuasan konsumen.

### **H1: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen**

#### 2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dinilai dari aspek seperti daya tahan, kesesuaian, cita rasa yang disajikan. Ketika produk yang disajikan oleh Labuan Cafe memenuhi standar yang diinginkan, konsumen cenderung merasa puas. Kepuasan konsumen umumnya berasal dari keselarasan antara ekspektasi dan kenyataan yang diterima. Jika rasa, kualitas bahan, penyajian, hingga kebersihan produk sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen, maka tertanam kesan positif dibenak pelanggan dan merasa bahwa keputusan mereka untuk membeli produk tersebut tepat. Adapun beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (9), (10), (11). Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Labuan Café, maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen.

### **H2: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen**

#### 3. Pengaruh kualitas layanan atau kualitas produk yang dominan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas layanan dan kualitas produk berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Labuan Café. Kualitas layanan dapat mencakup kecepatan dan

responsiivitas karyawan terhadap kebutuhan konsumen. ketika layanan yang diberikan oleh Labuan Café sangat baik, konsumen merasa dihargai dan lebih puas, namun pelayanan yang lambat dan kurang ramah dapat mengurangi kenyamanan konsumen selama berada di café. Sementara itu, kualitas produk sendiri mencakup cita rasa yang konsisten dan penyajian juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi atau dapat melampaui ekspektasi konsumen. tetapi dengan cita rasa yang tidak konsisten dapat menjadi salah satu faktor Labuan Café karena dapat menurunkan kepuasan konsumen. Dominasi pengaruh antara kedua aspek ini bergantung pada masalah yang dihadapi konsumen. Apabila ketidakpuasan lebih banyak disebabkan karena cita rasa maka kualitas produk lebih dominan. Sebaliknya, apabila pelanggan mengeluh mengenai pelayanan yang lambat atau karyawan yang kurang peka, maka kualitas layanan menjadi faktor utama. Adapun beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk yang paling berpengaruh mempengaruhi kepuasan konsumen (12) (18), sedangkan beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan paling berpengaruh mempengaruhi kepuasan pelanggan (19) (20). Semakin baik kualitas layanan atau kualitas produk yang diberikan, maka Labuan Café akan meningkatkan kepuasan konsumen.

**H3: Kualitas layanan atau kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen**