

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
DAN AKSESIBILITAS LOKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN UCULO COFFEE PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh :

Dwi Anggraini
NPM : 2201110002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2026**

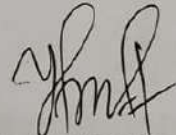
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

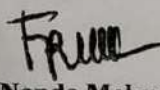
Nama : Dwi Anggraini
Nomor Pokok/NPM : 2201110002
Jurusan/ Prog.studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sastra 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN AKSESIBILITAS LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UCULO
COFFE PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 17-07-2024 Pembimbing 1 :

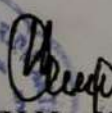

Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN:0226028303

Tanggal 20-07-2024 Pembimbing 2:

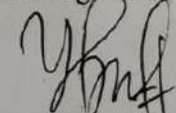

Dr. Frecilia Nanda Melvani, SE, M.M
NIDN:0205069001

Mengetahui,

Dekan


Dr. HJ. Misy Mikial, S.E, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program studi


Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN:0226028303

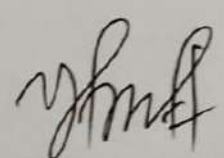
026 /PS/DFEB/ 26

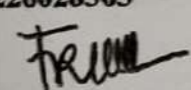
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

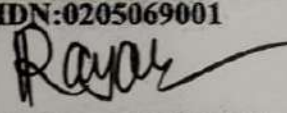
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini
Nomor Pokok/NPM : 2201110002
Jurusan/ Prog.studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sastra 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN AKSESIBILITAS LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UCULO COFFE PALEMBANG

Penguji Skripsi

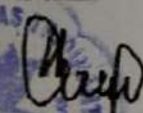
Tanggal 27-07-2024 Ketua penguji : 
Dr. Yolanda Veybitha, SE, M. Si
NIDN: 0226028303

Tanggal 20-07-2024 Penguji I : 
Dr. Frecilia Nanda Melvani, SE, M. M
NIDN: 0205069001

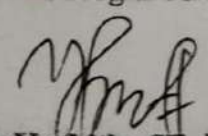
Tanggal 20/07/2024 Penguji II : 
Dr. Irayani S, E MM
NIDN: 0207077901

Mengetahui,

Dekan


Dr. H.J. Msv Mikial, S.E, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program studi


Dr. Yolanda Veybitha, SE, M. Si
NIDN: 0226028303

024/PS/DFEB/ 26

ii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Janganlah kamu bersikap lemah dan Janganlah pula kamu berkecil hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu beriman’,

(Q.S. Ali-Imran)

“ Tuhan tidak pernah keliru memberikan anugrah cinta pada hamba-Nya (Tak pernah keliru) karena sebuah cinta pasti datang ada makna dan tujuannya “

(KATA-RizkyFebian)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Allah swt yang senantiasa menyertai setiap langkah serta memberikan kelancaran selama proses perkuliahan
- Kedua Orang Tua ku tercinta
- Kepada Saudara dan Saudariku tersayang
- Teman-teman seperjuanganku
- Diri ku sendiri • Almamater Kebanggaanku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan profosal skripsi yang berjudul: "Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan aksesibilitas Lokasi terhadap kepuasan Uculo Coffee Palembang ". Profosal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang. Dalam proses penyusunan profosal ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., M.S. selaku Rektor Universitas Trididnanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, Msi, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dr. Yolanda Vebybtha, SE, Msi, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Dr Irayani SE,MM selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama masa studi.

5. Ibu Dr. Yolanda Vebybtha, SE, Msi, selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian proposal
6. Ibu Dr. Frecilia Nanda Melvani, SE, M. Si selaku dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran guna mengarahkan penulis dalam menyusun profosal ini.
7. Seluruh Dosen beserta staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama menepuh studi.
8. Bapak/Ibu Owner Uculo Coffee Palembang beserta staf yang telah ii bersedia memberikan izin, dan memberikan data kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kedua Orang Tua saya tercinta, serta seluruh keluarga terimakasih atasa doa, kasih sayang dukungan secara moril dan materil yang tak terhingga serta pengorbanan yang tak pernah putus, inilah buah jerih payah kalian.
10. Kakak perempuanku Nuryati terima kasih selalu menjadi garda terdepan , menjadi penasihat yang baik serta penyemangat, dukungan mu sangat berarti dalam perjalanan penulis.
11. Teman-teman seperjuangan, terimakasih atas kebersamaan, semangat dan bantuannya selama ini.
12. Untuk diri saya sendiri Dwi Anggraini terima kasih atas segala kesabaran, perjuangan ,kerja keras,serta keberanian untuk terus melangkahh skripsi ini bukti bahwa usaha dan doa tidak pernah sia sia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak memiliki kekurangan. Oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati menerima segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis secara khusus maupun serta bagi semua pembaca. Aamiin.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama: Dwi Anggraini

Nomor Pokok: 2201110002

Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis

Prodi: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh yang berjudul "Pengaruh Kualitas produk, kualitas layanan dan aksesibilitas Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Uculo Coffee Palembang" Adalah benar-benar merupakan karya hasil saya. Kecuali dalam kutipan yang disebutkan dalam sumbernya. Apabila terdapat adanya kesalahan, kekeliruan, pada skripsi ini, maka sepenuhnya tanggung jawab saya sebagai peneliti. Dengan demikian pernyataan ini saya buat yang sesungguhnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Juni 2026

Peneliti



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
METERA
TEMPEL
7AB8A0X077/22385

Dwi Anggraini

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	13
1.3 Tujuan penelitian	13
1.4 Manfaat penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2,1 Kajian teoristik.....	17
2.1.1 Kepuasan pelanggan.....	17
2.1.1.1 Pengertian kepuasan pelanggan.....	17
2.1.1.2 Faktor-faktor kepuasan pelanggan.....	17
2.1.1.3 Dimensi/Indikator kepuasan pelanggan	18
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.1.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Produk	22
2.1.2.2 Dimensi / indikator kualitas produk.....	23
2.1.3 Pengertian Kualitas layanan.....	22
2,1.3.1 Dimensi / Indikator Kualitas Layanan	23
2.1.3.2 Faktor-Faktor Kualitas Layanan	24
2.1.4 Aksesibilitas Lokasi.....	27
2.1.4.1 Faktor-Faktor Aksesibilitas lokasi	28
2.1.4.2 Dimensi / indikator Aksesibilitas Lokasi.....	28
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	30
2.3. Hubungan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, dan Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.4. Kerangka Berfikir.....	34

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Pelayanan,Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan...	34
2.3.2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.....	35
2.3.3. Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasa pelanggan.....	36
2.3.4 Pengaruh Aksesibilitas lokasi terhadap kepuasan pelanggan.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	40
3.1.1 Tempat Penelitian	40
3.1.2 Waktu Penelitian.....	40
3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.1 Sumber Data	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3 Populasi,Sampel,dan Sampling	43
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.3 Sampling	46
3.4 Rancangan penelitian.....	46
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	47
3.5.1 Variabel penelitian	47
3.5.2 Definisi Opersional Variabel.....	48
3.6 Uji Validitas	51
3.6.1 Uji Reabilitas	51
3.7 Teknik Analisi Data.....	52
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	53
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	55
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi	56
3.8 Uji Hipotesis.....	57

3.8.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	57
3.8.2 Uji Secara Parsial (Uji t)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Cafe	60
4.1.1 Sejarah Umum Cafe	60
4.1.2 Visi Misi cafe	62
4.1.3 Struktur Uculo Coffee	63
4.1.4 Pembagian Tugas Uculo Coffee.....	63
4.2 Karakteristik Responden.....	70
4.2.1.1 Karateristik Responden Berdasarkan Kelamin.....	71
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	72
4.2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.3 Hasil Uji Instrumen	73
4.3.1 Hasil Uji Validitas	73
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	77
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	79
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	80
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	81
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	83
4.5.1 Uji Koefisien Korelasi (r)	85
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R ²).....	86
4.6 Uji Hipotesis	87
4.6.1 Uji Simultan (F)	87
4.6.2 Uji Parsial (t).....	88
4.6 Pembahasan	91
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Uculo Coffee Palembang.....	91
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan	

Pelanggan	94
4.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	96
4.6.4 Pengaruh Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Yang relevan	28
Tabel 3.1	Jadwal Waktu Penelitian.....	38
Tabel 3.2	Skala Likert	41
Tabel 3.3	Jumlah konsumen uculo coffe Palembang Pada bulan januari-mei 2025	42
Tabel 3.4	Variabel dan Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.5	Skala Likert	48
Tabel 3.6	Koefisien Korelasi	53
Tabel 3.7	Skala Penafsiran Nilai Indikator.....	54
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan umur.....	69
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	72
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan(X2)	73
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Aksesibilitas Lokasi(X3).....	74
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan(Y)	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolonieritas.....	80
Tabel 4.11	Uji Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.12	Uji Koefisien Korelasi (r).....	83

Tabel 4.14 Uji Simultan	85
Tabel 4.15 Uji Parsial (t)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	62
Gambar 4.2 Hasil Heterokedastisitas	80

ABSTRAK

ABSTRAK DWI ANGGRAINI , Pengaruh kualitas produk, Kualitas layanan,Dan Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Dibawah Bimbingan Ibu Dr.YolandaVeybitha,SE.,M.Si dan Ibu Dr. Frecilia Nanda Melvani, S.E. MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Layanan Dan Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Objek penelitian ini dilaksanakan di Uculo Coffee Palembang bertempat Jalan Pahlawan Lorong Indras Kec.Kemuning Kota Palembang Sumatera Selatan.

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Uculo Coffee Palembang yang berjumlah 84 orang. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah sampling jenuh, sehingga seluruh anggota populasi akan dijadikan sampel penelitian. Data akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, wawancara, dan observasi. Selanjutnya, data akan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Dengan demikian Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk,kualitas layanan, dan aksesibilitas lokasi, Berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Uculo Coffee Palembang. hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Adanya pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Uculo Coffee Palembang Dan Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Uculo Coffee Palembang . Aksesibilitas Lokasi Berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Uculo Coffee Palembang.

Kata Kunci: Kualitas Produk,Kualitas Layanan, Dan Aksesibilitas Lokasi TerhadapKepuasanPelanggan

RIWAYAT HIDUP

Dwi Anggraini dilahirkan di Banyuasin pada tanggal 10 juli 2003, Peneliti merupakan anak dari Bapak Jamiun dan Ibu Ngaipah . Peneliti menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2015 di SDN 12 Sembawa, dan menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2018 di SMP N 1 Sembawa, selanjutnya meneruskan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan di SMA N 1 Sdan selesai pada tahun 2021. Pada tahun 2022 Peneliti melanjutkan pendidikannya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridianti

Palembang, 2026

Peneliti

Dwi Anggraini

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan dinamis hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang bergerak diberbagai sektor, baik sektor manufaktur maupun jasa. kondisi tersebut mengakibatkan tingkat persaingan usaha menjadi semakin tinggi sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mampu merancang strategi yang tepat agar dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memahami perilaku konsumen melalui peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor pendukung lainnya yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Sektor usaha yang menunjukkan perkembangan cukup signifikan adalah industri kuliner, khususnya usaha coffee shop. meningkatnya jumlah coffee shop menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan tempat untuk dikunjungi. kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat menarik perhatian konsumen. keunggulan tersebut tidak hanya terletak pada produk yang ditawarkan.

Perubahan perilaku konsumen pada era modern juga menjadi salah satu faktor yang mendorong perkembangan industri coffee shop. Saat ini coffee shop tidak hanya dijadikan sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat berkumpul, bekerja, berdiskusi, hingga melakukan aktivitas sosial lainnya. Fenomena tersebut menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif

dalam memilih coffee shop yang mampu memberikan pengalaman terbaik. Konsumen tidak hanya memperhatikan rasa produk, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan, kenyamanan tempat, serta kemudahan akses menuju lokasi usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha coffee shop dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal

Tabel Tingkat Minat Pelanggan Berdasarkan Jenis F&B Tahun 2025

NO	Jenis F&B	Presentase (%)	Kategori
1.	Restoran	86%	Sangat Tinggi
2.	Café/ Coffe Shop	90%	Sangat Tinggi
3.	Fast Food	84%	Tinggi
4.	Street Food	88%	Sangat Tinggi
5.	Catering	80%	Tinggi
6.	Bakery&Pastry	86%	Sangat Tinggi
7.	Food Truck	82%	Tinggi
8.	Cloud Kitchen	88%	Sangat Tinggi
9.	Minuman Kekinian (Boba,dll)	92%	Sangat Tinggi
10.	Fine Dining	78%	Tinggi

Sumber:Imam et al.,(.2024)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa minat pelanggan terhadap industri Food & Beverage (F&B) pada tahun 2025 berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Hal ini terlihat dari seluruh jenis F&B yang memiliki persentase antara 78%–92% .Jenis usaha dengan minat tertinggi adalah minuman kekinian (92%) dan café/coffee shop (90%), yang didorong oleh tren gaya hidup, pengaruh media sosial, serta kebutuhan tempat bersosialisasi dan bekerja. Selain itu, street food dan cloud kitchen (88%) juga memiliki minat tinggi karena faktor kemudahan akses, harga terjangkau, dan dukungan layanan pesan antar online.

Sementara itu, restoran dan bakery & pastry (86%) tetap stabil karena memenuhi kebutuhan konsumsi harian dan tren makanan ringan. Fast food, food truck, dan catering (80%–84%) berada pada kategori tinggi karena praktis dan dibutuhkan dalam situasi tertentu. Adapun *alta cucina* (78%) memiliki minat paling rendah karena harga relatif mahal dan segmentasi pasar yang terbatas. dan pelanggan juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan serta kemudahan akses lokasi yang dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan saat berkunjung.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dari suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimilikinya. Apabila kinerja produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan dengan harapan pelanggan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas (Kotler dan Keller, 2016:131)

Menurut (Tjiptono *et al*, 2016). menyatakan bahwa kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan akan menciptakan kepuasan karena pelanggan memperoleh manfaat sesuai harapan. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan secara cepat, ramah, responsif, dan profesional akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Kemudahan memperoleh produk atau jasa, termasuk aksesibilitas lokasi yang mudah dijangkau, juga menjadi faktor penting

karena memberikan kenyamanan kepada pelanggan ketika melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan, dan aksesibilitas lokasi yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi dan memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan serta harapan konsumen. Kualitas produk mencerminkan karakteristik suatu produk, seperti kinerja, keandalan, daya tahan, fitur, dan kesesuaian dengan spesifikasi yang telah ditetapkan, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan Tjiptono (2015:121) kualitas produk merupakan tingkat mutu yang diharapkan serta pengendalian terhadap keragaman mutu dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk tidak hanya dilihat dari bentuk fisik produk saja, tetapi juga dari kemampuan produk dalam menjalankan fungsi, memberikan manfaat, memiliki daya tahan, keandalan, serta mampu memberikan kepuasan kepada konsumen setelah digunakan. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:131) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menyediakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang sesuai harapan, serta menciptakan pengalaman yang menyenangkan selama proses pembelian. Produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan nilai bagi pelanggan, sedangkan pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap

perusahaan. Apabila seluruh aspek tersebut mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka secara konsisten. Kualitas layanan tercermin dari kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, responsif, dan dapat diandalkan sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. (Tjiptono *et al*, 2016:59-60).

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) menyatakan bahwa pelayanan yang andal, cepat, memberikan rasa aman, memiliki empati, serta didukung fasilitas fisik yang memadai akan meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, lokasi yang mudah ditemukan dan dijangkau akan memberikan kenyamanan sehingga pelanggan lebih mudah memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik dan aksesibilitas lokasi yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan

Aksesibilitas lokasi adalah tingkat kemudahan yang dimiliki pelanggan untuk mencapai suatu lokasi usaha. Aksesibilitas tidak hanya mencakup kemudahan menjangkau lokasi, tetapi juga kondisi jalan, kelancaran arus lalu

lintas, ketersediaan area parkir, petunjuk arah, serta kemudahan bagi berbagai jenis kendaraan. Lokasi yang mudah diakses akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan dapat meningkatkan kepuasan mereka.

Aksesibilitas lokasi merupakan bagian penting dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menjangkau tempat usaha sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. aksesibilitas lokasi berkaitan dengan tingkat kemudahan pelanggan dalam mencapai lokasi usaha, baik dari segi transportasi, kondisi jalan, maupun letak usaha yang mudah ditemukan. Lokasi yang strategis dan mudah diakses akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan karena pelanggan tidak mengalami kesulitan saat berkunjung atau melakukan pembelian. Selain itu, lokasi yang memiliki visibilitas baik, seperti mudah terlihat dari jalan utama dan memiliki petunjuk lokasi yang jelas, akan memudahkan pelanggan menemukan tempat usaha.(Kotler & Armstrong, 2018:371-373)

Menurut Buchari Alma (2017:105–108) menyatakan bahwa pelanggan cenderung memilih tempat usaha yang mudah dijangkau, memiliki akses transportasi yang baik, lingkungan yang aman, serta area parkir yang memadai. Lokasi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan tidak mengalami kesulitan dalam mengunjungi tempat usaha.

Sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Hutabarat & Susilowati (2022), Cahyaningrum dkk. (2024), serta Firda & Abdullah (2023) membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Produk dengan cita rasa yang konsisten, kualitas bahan baku yang baik, tampilan produk yang menarik, serta inovasi menu mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan.

Namun, hasil tersebut tidak sepenuhnya didukung oleh penelitian Sanusing & Giyartiningrum (2023), yang menemukan bahwa tidak semua variabel, termasuk kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena dipengaruhi oleh karakteristik objek penelitian, perilaku konsumen, dan kondisi usaha yang berbeda.

Penelitian Widanti dkk. (2022), Hutabarat & Susilowati (2022), Muniroh dkk. (2022), serta Ahmad & Rudy (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan mampu memberikan solusi kepada pelanggan terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sebaliknya, penelitian Sanusing & Giyartiningrum (2023) menunjukkan bahwa tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kualitas layanan belum tentu menjadi faktor

dominan pada seluruh objek penelitian. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik pelanggan, budaya pelayanan, dan jenis usaha yang diteliti.

Sebagian penelitian terdahulu seperti Muniroh dkk. (2022) dan Ahmad & Rudy (2024) menunjukkan bahwa aksesibilitas lokasi atau lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi yang mudah dijangkau, memiliki area parkir yang memadai, lingkungan yang nyaman, dan mudah ditemukan mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan.

Namun, pada beberapa penelitian lain, pengaruh lokasi tidak selalu menjadi faktor utama karena kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas produk atau kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh aksesibilitas lokasi berbeda-beda pada setiap objek penelitian.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan aksesibilitas lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian besar penelitian menyatakan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian Sanusing & Giyartiningrum (2023) menunjukkan bahwa tidak semua variabel berpengaruh signifikan karena adanya perbedaan karakteristik objek penelitian, responden, dan kondisi usaha.

Berdasarkan kajian teori, penelitian terdahulu, dan fenomena di Uculo Coffee Palembang, kualitas produk diduga menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini karena pada bisnis coffee shop,

pelanggan lebih mengutamakan cita rasa, konsistensi kualitas, inovasi menu, dan penyajian produk. Produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan, mendorong pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas. Dugaan ini didukung oleh teori Tjiptono (2015) serta penelitian Cahyaningrum dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uculo coffee Palembang merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang food and beverage yang juga menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan coffee shop lainnya. Dalam menghadapi persaingan tersebut, uculo coffee perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan seperti menjaga kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperhatikan kemudahan akses lokasi agar pelanggan merasa nyaman saat berkunjung. coffee shop merupakan tempat usaha yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman lainnya yang disertai dengan fasilitas pendukung seperti tempat yang nyaman untuk berkumpul, bersantai, bekerja, maupun melakukan aktivitas sosial. Coffee shop tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. (Risky *et al.*, 2023)

**Tabel Total Pengunjung Uculo Coffe Palembang
Tahun 2023,2024,2025**

NO	Tahun	Jumlah konsumen
1.	2023	588
2.	2024	456

3.	2025	522
----	------	-----

Sumber : Uculo Coffee Palembang

Berdasarkan tabel jumlah konsumen Uculo Coffee Palembang yang menunjukkan penurunan dan kenaikan setiap tahunnya, Uculo Coffee Palembang merupakan salah satu coffee shop yang menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri food and beverage. Berdasarkan data jumlah pengunjung, terjadi fluktuasi bahkan penurunan jumlah pelanggan pada beberapa periode, yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan masih perlu ditingkatkan. Dari hasil observasi awal, masih terdapat pelanggan yang mengharapkan pengalaman yang lebih baik ketika berkunjung, terutama pada saat jumlah pengunjung meningkat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.

Dilihat dari aspek kualitas produk, pelanggan masih mengharapkan konsistensi cita rasa, kualitas bahan baku, serta inovasi menu yang lebih beragam. Pada bisnis coffee shop, kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk berkunjung kembali. Selain itu, dari aspek kualitas layanan, masih ditemukan pelayanan yang belum optimal pada waktu tertentu, seperti waktu penyajian yang relatif lama ketika jumlah pelanggan meningkat serta respons karyawan yang belum maksimal dalam melayani pelanggan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Selain kualitas produk dan kualitas layanan, aksesibilitas lokasi juga menjadi perhatian. Uculo Coffee Palembang masih memiliki keterbatasan pada

area parkir serta informasi lokasi yang belum cukup jelas bagi pelanggan baru. Padahal, kemudahan akses menuju lokasi, kondisi jalan yang baik, serta fasilitas pendukung merupakan faktor yang dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berkunjung. Adanya permasalahan pada ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan aksesibilitas lokasi masih perlu diteliti lebih lanjut untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Uculo Coffee Palembang.

Berdasarkan kajian teori, penelitian terdahulu, dan fenomena di Uculo Coffee Palembang, kualitas produk diduga menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini karena pada bisnis coffee shop, pelanggan lebih mengutamakan cita rasa, konsistensi kualitas, inovasi menu, dan penyajian produk. Produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan, mendorong pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas. Dugaan ini didukung oleh teori Tjiptono (2015) serta penelitian Cahyaningrum dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menjaga keberlangsungan usaha, terutama pada bisnis coffee shop yang memiliki tingkat persaingan tinggi. melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Uculo Coffee Palembang dalam meningkatkan kualitas usahanya. selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi

terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sehingga dapat memperluas pengembangan teori dan penerapannya dalam bidang manajemen pemasaran. Oleh karena itu penelitian tertarik melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Aksesibilitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Uculo Coffee Palembang”**.

1.2 Rumusan masalah

Perumusan masalah dapat didefinisikan sebagai suatu kalimat pernyataan yang disusun berdasarkan adanya masalah tersebut dan akan dicairkan jawabannya melalui pengumpulan data dalam suatu proses penelitian

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan aksesibilitas lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang?
4. Apakah aksesibilitas lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penemuan baru sebagai pembuktian atau pengujian tentang kebenaran dari pengetahuan yang sudah ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

pada uculo coffee Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada uculo coffee Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan aksesibilitas lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan uculo coffee Palembang

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk menginformasikan Tindakan. Adapun manfaat dari penelitian ini mengarah kepada beberapa pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi penelitian

Penelitian ini dapat memperluas pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman penelitian dalam mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan mutu produk, mutu layanan, lokasi yang mudah dijangkau dan Tingkat kepuasan pelanggan disamping itu ini juga berfungsi sebagai wahana untuk meningkatkan kemampuan analisis serta pola pikir ilmiah

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diinginkan bisa menjadi referensi dan penilaian untuk Perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memperbaiki mutu produk, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mengoptimalkan kemudahan akses lokasi. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan landasan dalam proses pengambilan Keputusan

strategis untuk memperkuat daya saing bisnis.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pada perkembangan pengetahuan, terutama dalam bidang manajemen pemasaran selain itu, hasilnya bisa digunakan sebagai referensi atau pedoman bagi penelitian berikutnya yang berminat untuk mengeksplorasi tema yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia Mince Ria; Titiek Tjahja Andari; Yulianingsih. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11–19.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Suasana*. 3(2), 139–146.
- Article, O., Malinda, N., & Dewi, A. (2023). , 2(1), 170-177. 2(1), 170–177.
- Buchari Alma. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Revised Ed). Alfabeta.
- Cahyaningrum. (2024). *DAN KEPUASAN PELANGGAN , TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Study Pada Toko Pakaian Sinar Mulyo)*. 4(2), 64–73.
- Christopher Lovelock & Jochen Wirtz. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th Edition (Ed.)). pearson education.
- Desy Cahyaningrum, Arif Miftanudin, Johanis Souisa, Yuniarsih Ekawati, & Badruddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study pada Toko Pakaian Sinar Mulyo). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 4(2), 64–73.
<https://doi.org/10.47065/jamek.v4i2.1238>
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi pemasaran* (3rd ed.).
- Fandy Tjiptono. (2015). *strategi pemasaran* (4th editio). Andi offset.
- fandy tjiptono dkk. (2016). *service, Quality & cuztomer satisfaction* (4th editio). Andi offset.
- Hutabarat, & Susilowati, Z. M. C. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 1(2), 222–228.
- Imam, F. K., Purwanti, N. L., Sari, N. M., Permadi, C., Imam, F. K., Purwanti, N. L., Sari, N. M., & Permadi, C. (n.d.). *Analisis minat beli konsumen coffee shop di bandung*. 3(1), 253–262.
- Izzuddin, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. 6(1), 72–78.
- Jukim, J., No, V., Pelayanan, P. K., Dan, P., & Terhadap, L. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan*. 2(2), 148–154.
- Muhammad Rafly Abdulgani, & Hanifah2, A. (2022). *Jurnal Pendidikan dan*

- Konseling*. 4(2021), 12975–12981.
- Nugroho, E., S, I. H. B., & Safi, I. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(2), 106–117.
- Nuryadin, J. N. R. M. D. M. R. A. R. H. M. C. A. P. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472.
<https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
- philip kotler& kevin lane keller. (2016). *marketing managemen* (15 th). pearson education.
- Philip Kotler&Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). pearson education.
- philip kotler kevin lane keller. (2016). *marketing manajemen* (15th edito). pearson education.
- Razaq, I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP*. 7(2).
- Richard L oliver. (2014). *satisfaction A Behavioral perspective on the consumer* (2nd Editio). Routledge.
- Risky, T., Bustami, T., & Bengkulu, U. M. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEESHOP*. 4(2), 577–590.
- Ruth dkk. (2024). The Effect of Digitalization of Banking Services on Consumer Satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 391–402.
- Salsabillah, A. R., K, H. B., & Mustikasari, F. (2024). *Shop Customer ' s Satisfaction Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan , Harga , dan Lokasi Terhadap*. 5(1), 1408–1423.
- Sanusing, E., & Giyartiningrum, E. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Supermarket Pamela Empat). *Journal Competency of Business*, 7(2), 12–22.
<https://doi.org/10.47200/jcob.v7i02.2213>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syailendra, W., Permatasari, I. R., Niaga, A., & Malang, P. N. (2024). *menyampaikan bahwa kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk dalam memenuhi tujuan fungsinya dengan baik . Aspek-aspek yang dapat menentukan kualitas produk meliputi durabilitas ,*
- Tengku. (2024). *EXCELLENT*. 7, 18344–18348.
- Tjiptono. (n.d.). 2016.
- Tjiptono, F. (2019). *strategi pemasaran* (4th ed.). andi offset.

Vriska andrian. (2021). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA.* 2, 102–108.

Yuliana Caitlin. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Kupang)* Yuliana Caitlin D. Langkamau¹; Elly Lay²; Anthonius B. Messakh³; Thomas Isliko⁴.

