



**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pagikemalam**

**Coffee & Eatery**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS  
Disusun Oleh :  
MERCU BUANA  
Dwi Novita Sari

**44213010115**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public  
Relations*  
Dwi Novita Sari  
44213010115

Pengaruh *Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan* Pagikemalam  
*Coffee & Eatery*.

### **ABSTRAK**

Gaya hidup atau *Life Style*, adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikannya dalam sebuah aktivitas, minat, dan opini. tetapi juga cara seseorang dalam membelanjakan uang yang seseorang itu miliki serta mengalokasikan waktu yang mereka miliki. Satu alasan mengapa orang pergi ke kedai kopi atau *Coffee Shop*, tetapi sebenarnya budaya minum kopi di Indonesia memang sudah lama sekali digandrungi oleh masyarakat Indonesia, jadi tidak heran banyak masyarakat di Indonesia yang sangat mencintai kopi, ditambah lagi jenis kopi di Indonesia sangat beraneka ragam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas dalam sebuah produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pagikemalam *Coffee & Eatery*.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, metode yang digunakan yaitu survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna pelanggan di Pagikemalam *Coffee & Eatery*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 93 orang, yang mana semuanya adalah pelanggan di Pagikemalam *Coffee & Eatery*. Pengambilan sampel dari banyaknya 33 soal menggunakan skala Likert dengan kuesioner dalam bentuk cetak atau print dan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik Accidental Sampling, Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner, studi kepustakaan dan mempelajari buku-buku referensi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Berdasarkan hasil variabel kualitas produk mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 75,7%, sedangkan 24,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu Harga, Promosi, Lokasi, Pelayanan, Fasilitas, dan Suasana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga semakin tingginya kualitas produk maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari pelanggan, dan sebaliknya apa bila kualitas produk rendah maka tingkat kepuasan pelanggan juga rendah.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

*Mercu Buana University  
Faculty of Communication Sciences  
Majoring Public Relations  
Dwi Novita Sari  
44213010115*

*The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Pagikemalam Coffee & Eatery.*

### **ABSTRACT**

*Lifestyle or lifestyle, is a person's lifestyle in the world which is expressed in an activity, interest, and opinion. but also the way someone spends the money someone has and allocates the time they have. One reason why people go to coffee shops or coffee shops, but actually the culture of drinking coffee in Indonesia has been loved by Indonesians for a long time, so it's no wonder many people in Indonesia really love coffee, plus the types of coffee in Indonesia are very diverse. The purpose of this research is to see the influence of influence in a product that can affect customer satisfaction at Pagikemalam Coffee & Eatery.*

*This study uses a positivism paradigm, the method used is a survey with a descriptive quantitative approach. The subjects in this study were customer users at Pagikemalam Coffee & Eatery. Respondents in this study were 93 people, all of whom were customers at Pagikemalam Coffee & Eatery. Sampling of the number of 33 questions using a Likert scale with questionnaires in print or print and using the sampling technique with the Accidental Sampling technique, data collection in this study was obtained through distributing questionnaires, literature study and studying reference books related to research problems.*

*Based on the results of the variable product quality affects customer satisfaction variables by 75.7%, while 24.3% is influenced by other variables, namely Price, Promotion, Location, Service, Facilities, and Atmosphere. The results showed that product quality affects customer satisfaction so that the higher the product quality, the higher the level of customer satisfaction, and vice versa, if the product quality is low, the level of customer satisfaction is also low.*

*Keywords: Effect of Product Quality, Customer Satisfaction.*



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

### **LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Novita Sari

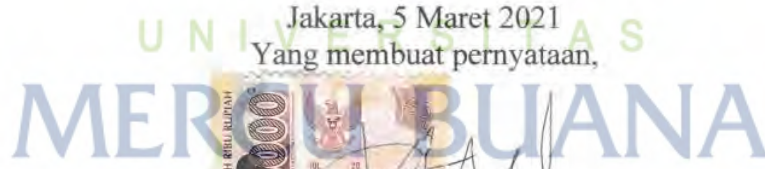
NIM : 44213010115

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pagikemalam Coffee & Eatery** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 5 Maret 2021  
Yang membuat pernyataan,



(Dwi Novita Sari)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public  
Relations

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan  
Pelanggan di Pagikemalam Coffee & Eatery  
Nama : Dwi Novita Sari  
NIM : 44213010115  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 5 Maret 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
Dr. Elly Yuliawati, M. Si

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan  
Pelanggan di Pagikemalam Coffee & Eatery  
Nama : Dwi Novita Sari  
NIM : 44213010115  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 5 Maret 2021

Ketua Sidang,

Anindita, M.I.Kom



(.....)

Penguji Ahli,

Dr. Suraya, M. Si



(.....)

Pembimbing,

Dr. Elly Yuliawati, M. Si



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan  
diPagikemalam Coffee & Eatery

Nama : Dwi Novita Sari  
NIM : 44213010115  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 5 Maret 2021  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi  
Public Relations**



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi**



(Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kualitas Produk di Pagikemalam Coffee & Eatery” dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1). Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana”.

Peneliti sadar akan masih banyaknya kekurangan dalam proposal skripsi ini yang jauh dari sempurna, namun peneliti telah berusaha untuk memberikan yang terbaik. Dengan segala kekurangan dan kelebihan, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi para pembaca.

Dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari peralatan dan bantuan beberapa pihak, baik bantuan moril maupun materil oleh karena itu peneliti ingin memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Elly Yuliawati., M.Si selaku pembimbing peneliti terima kasih atas segala arahan dan waktunya.
2. Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Elly Yuliawati., M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Sungkono dan Ibu Wantini yang sangat saya cintai, terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang telah kalian berikan, dan perjuangan serta doa yang tidak pernah putus kalian berikan. Terima kasih



juga saya sampaikan kepada kakak dan saudara/i saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya kepada saya.

Megawati Utami, yang telah banyak membantu dari awal saya mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai. Elmanda Dentira Zahra, yang juga turut membantu saya menyelesaikan tugas akhir saya. Kepada teman-teman dekat saya Ajeng Alvionita, Siti Sholeha, Alodia Ivana, Nita Nugraha, Maudy Tulistiani, terima kasih telah memberikan dukungan dan hiburan selama masa saya mengerjakan tugas akhir, segala kesulitan kita lalui bersama dan mengingatkan satu sama lain kalau kita pasti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3 Perumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>11</b>
<b>2.2 Komunikasi</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.1 Tujuan Komunikasi</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2.2 Fungsi Komunikasi</b> .....	<b>20</b>
<b>2.3 Public Relations</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3.1 Fungsi dan Tujuan Public Relations</b> .....	<b>22</b>
<b>2.4 Manajemen Public Relations</b> .....	<b>23</b>
<b>2.4.1 Fungsi Manajemen Public Relations</b> .....	<b>26</b>

2.5 Customer Relations .....	26
2.6 Pengertian Produk .....	27
2.6.1 Klasifikasi Produk .....	28
2.6.2 Manajemen Produk .....	29
2.7 Kualitas Produk .....	30
2.7.1 Dimensi Kualitas Produk .....	33
2.8 Pengertian Pelanggan .....	35
2.8.1 Kepuasan Pelanggan.....	36
2.8.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	38
2.9 Kerangka Berfikir .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	41
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	42
3.1.2 Tipe Penelitian .....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	44
3.3.1 Populasi .....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep .....	46
3.4.1 Definisi Konsep .....	46
3.4.2 Operasional Konsep.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.2 Data Sekunder .....	54
3.6 Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....	55
3.6.1 Uji Validitas .....	55
3.6.2 Uji Reabilitas .....	57

3.7 Uji Korelasi.....	58
3.8 Uji Regresi Sederhana.....	59
3.9 Uji Hipotesis (F dan t) .....	60
3.10 Teknik Analisa Data.....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	67
4.1.2 Visi dan Misi Pagikemalam Coffee & Eatery .....	69
4.1.3 Produk Pagikemalam .....	69
4.2 Hasil Penelitian .....	71
4.2.1 Karakteristik responden .....	72
4.2.2 Uji Validitas dan Reability .....	75
4.2.3 Kualitas Produk (Variabel X) .....	80
4.2.3.1 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) .....	85
4.2.3.2 Harga (Y.2).....	86
4.2.3.3 Promosi (Y.3) .....	88
4.2.3.4 Lokasi (Y.4).....	89
4.2.3.5 Pelayanan (Y.5).....	90
4.2.3.6 Fasilitas (Y.6) .....	92
4.2.3.7 Suasana (Y.7).....	93
4.2.4 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) .....	89
4.2.5 Deskriptif Variabel .....	97
4.2.5.1 Deskriptif Variabel X .....	98
4.2.5.2 Deskriptif Variabel Y .....	100
4.3 Analisis Data.....	101
4.3.1 Uji Korelasi antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	102

4.3.2 Analisis Regresi.....	104
4.4 Pembahasan.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>123</b>



## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
TABEL 3.2 Oprasional Konsep.....	48
TABEL 3.3 Skor Skala Likelt.....	54
TABEL 3.7 Tingkat Koefisien Korelasi .....	59
TABEL 4.1 Jenis Kelamin (Gender) Responden .....	72
TABEL 4.2 Usia Responden .....	73
TABEL 4.3 Pekerjaan Responden.....	74
TABEL 4.4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X).....	76
TABEL 4.5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	77
TABEL 4.6 Tingkat Reliabilitas.....	78
TABEL 4.7 Variabel X (Kualitas Produk).....	79
TABEL 4.8 Variabel Y (Kualitas Pelayanan) .....	79
TABEL 4.9 Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Performance</i> (Kinerja) Butir Pertanyaan 1-3 .....	80
TABEL 4.10 Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Durability</i> (Daya Tahan) Butir Pertanyaan 4-5 .....	81
TABEL 4.11 Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Conformance</i> <i>Speafications</i> (Kesesuaian).....	82
TABEL 4.12 Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Features</i> Butir Pertanyaan 8-9 .....	84
TABEL 4.13 Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Reliability</i>	

(Kehandalan)

Butir Pertanyaan 10-11.....	85
<b>TABEL 4.14</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Aesthetics</i> Butir Pertanyaan 12-13 .....	86
<b>TABEL 4.15</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas) Butir Pertanyaan 14-15 .....	87
<b>TABEL 4.16</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator <i>Serviceability</i> .....	88
<b>TABEL 4.17</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Produk .....	90
<b>TABEL 4.18</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Harga .....	91
<b>TABEL 4.19</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Promosi.....	92
<b>TABEL 4.20</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Lokasi .....	93
<b>TABEL 4.21</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Pelayanan .....	94
<b>TABEL 4.22</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Fasilitas.....	95
<b>TABEL 4.23</b> Tanggapan Responden Dalam Indikator Suasana.....	96
<b>TABEL 4.24</b> Desskriptif Variabel X .....	98
<b>TABEL 4.25</b> Desskriptif Variabel Y .....	100
<b>TABEL 4.26</b> Uji Korelasi.....	103
<b>Tabel 4.27</b> Model Summary.....	104
<b>Tabel 4.28</b> Uji F.....	104
<b>Tabel 4.29</b> Uji T.....	105

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran .....	40
GAMBAR 4.1 Logo Perusahaan .....	68

