

**Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan pada Es Teh Tali Pinggir**

Faris Albaniya¹, Netti Nurlenawati², Dexi Triadinda³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn20.farisalbaniya@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.i

d², dexidinda@ubpkarawang.ac.id³,

ABSTRACT

Es Teh Tali Pinggir is a beverage business that is quite popular with many people, because the price is affordable and refreshing when drunk. This business venture already has many branches, one of which is located in Teluk Jambe Karawang. The aim of this research is to understand the influence of taste and service quality on customer satisfaction. The analytical method used includes a quantitative approach. The target sample is customers who are buying products from Es Teh Tali Pinggir. The samples collected were 96 people and the samples were determined using the lemeshow sampling technique. The data collection technique for this research is to use questionnaire data collection which is filled out by Es Teh Tali Pinggir customers. Based on research findings, research on taste has a positive and significant influence on customer satisfaction, while research on service quality also has a positive and significant influence. In addition, research on the combined influence of taste and service quality has been proven to have a positive and significant impact on customer satisfaction. This research shows that customer satisfaction with Es Teh Tali Pinggir is more influenced by taste.

Keywords: Taste, service quality and Customer satisfaction.

ABSTRAK

Es Teh Tali Pinggir merupakan usaha bisnis minuman yang cukup digemari banyak orang, dikarenakan harga yang terjangkau dan menyegarkan ketika diminum. Usaha bisnis ini sudah memiliki banyak cabang salah satunya berlokasi di Teluk Jambe Karawang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis yang digunakan disebut pendekatan kuantitatif. Sampel yang menjadi sasaran adalah pelanggan yang sedang membeli produk dari Es Teh Tali Pinggir. Sampel berjumlah sebesar 96 orang dan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik lemeshow sampling. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah dengan menggunakan pengumpulan data kuesioner yang diisi oleh pelanggan Es Teh Tali Pinggir. Berdasarkan temuan penelitian, penelitian mengenai cita rasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Selain itu, penelitian tentang pengaruh gabungan cita rasa dan kualitas pelayanan telah terbukti berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap Es Teh Tali Pinggir lebih dipengaruhi oleh cita rasa.

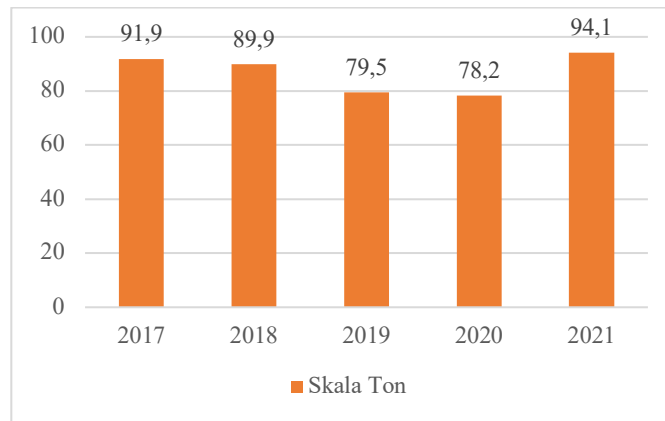
Kata kunci: Cita rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Semakin banyaknya usaha bisnis minuman bermunculan yang memiliki keunggulan dan ciri tersendiri. Salah satunya yaitu minuman es teh yang populer dikalangan remaja hingga dewasa, dengan harga yang terjangkau dan sudah tersebar diberbagai daerah. Es teh menjadi minuman yang cocok untuk menghilangkan dahaga dan nikmat saat diminum.

Es Teh Tali Pinggir, merupakan usaha bisnis minuman yang populer dikalangan remaja hingga dewasa, didirikan pertamakali pada 27 Oktober 2021 di Cijerah - Bandung. Es Teh Tali Pinggir sudah membuka banyak cabang salah satunya, Bandung, Cimahi, Tangerang dan Karawang. Mendapati keluhan masalah dari pelanggan yaitu cita rasa, pelanggan mengira bahwa minuman tersebut dibuat menggunakan bubuk teh bukan menggunakan teh asli. Selain itu juga terdapat masalah pada kualitas pelayanan yaitu pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan yang dimana karyawan melayani tidak sesuai dengan antrian. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Es Teh Tali Pinggir.

Gambar 1. Grafik Produksi Teh Nasional (2017-2021)



Sumber: Databooks(2022)

Teh merupakan minuman yang populer di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, Indonesia telah memproduksi teh sebanyak 94,1 ton pada tahun 2021. Provinsi Jawa Barat menghasilkan 69,15% teh yang diproduksi di Indonesia, menurut data BPS tahun 2020. Pada tahun 2020, luas perkebunan teh di Jawa Barat mencapai 86.832 hektar, menjadikannya wilayah terluas di Indonesia. Banyak kebun teh di Jawa Barat, seperti Kebun Teh Ciater di Subang dan Kebun Teh Gunung Mas di Bogor, kini menjadi lokasi wisata populer. Jawa Tengah merupakan provinsi dengan luas perkebunan teh terbesar kedua, yakni seluas 9.051 hektar. Sumatera Utara dan Sumatera Barat dengan luas perkebunan masing-masing 6.059 hektar dan 3.714 hektar berada di urutan berikutnya (Monavia Ayu Rizaty 2022).

Kepuasan pelanggan menurut Mowen & Minor dalam (Triadinda 2023) adalah sikap yang ditunjukkan pelanggan dengan memberikan penilaian setelah mengkonsumsi atau memperoleh suatu barang atau jasa.

Cita rasa merupakan faktor yang mempengaruhi seberapa puas pelanggan terhadap Es Teh Tali Pinggir. Pelanggan akan memberikan komentar yang baik dan komprehensif kepada toko jika mereka yakin Es Teh Tali Pinggir benar-benar nikmat. Hal ini akan meningkatkan reputasi toko dan menarik bisnis yang berulang (Triadinda 2023).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan adalah respon pemenuhan dari pelanggan (Nurlenawati 2023).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maimunah 2020) bahwa Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan, didukung juga oleh penelitian (Pebriantika 2022) Cita rasa dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dalam (Mutiara 2020) Cita rasa berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Kualitas pelayanan berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Es Teh Tali Pinggir”**.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Pemasaran

Kotler (2019) mendefinisikan *marketing* sebagai aktivitas sosial dan kesepakatan yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk mencapai tujuannya melalui produksi barang dan pertukarannya dengan nilai nominal yang ditentukan kepihak yang lain.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Astuti & Amanda dalam (Triadinda 2023) adalah bidang seni dan penelitian dalam memilih pasar sasaran, memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan mulai dari penciptaan, penyampaian, dan nilai yang baik dari pelanggan.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran, sebagaimana didefinisikan oleh Kotler & Armstrong dalam (Shopiana 2019) adalah metode yang digunakan oleh bisnis untuk mencapai respons pelanggan yang diinginkan melalui kombinasi empat faktor: harga, produk, tempat, dan promosi.

Rambat & Hamdani mendefinisikan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran, terdiri dari komponen-komponen program yang diperhitungkan untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan positioning dan strategi yang dipilih (Shopiana 2019).

Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen Kotler & Keller yang dikemukakan dalam (Aisyiah 2023) ketika konsumen membeli dan menggunakan produk, layanan, atau

pengalaman untuk mencoba memenuhi persyaratan dan keinginan klien mereka, mereka bertindak sebagai individu, kelompok, atau organisasi.

Peter & Olson dalam (Aisyiah 2023) perilaku konsumen merupakan hasil interaksi dinamis antara kesadaran dan pengaruh individu, perilaku, dan lingkungan di mana ia tinggal.

Cita Rasa

Menurut Drummond & Brefere dalam (Soebiantoro, 2022), cita rasa adalah suatu cara untuk mengetahui cara mengonsumsi suatu minuman dan kemudian mengkarakterisasi rasanya. Rasa adalah kualitas yang meliputi suhu, bau, kenampakan, dan rasa.

Anwar (Soebiantoro, 2022) mengartikan cita rasa sebagai pengalaman menelan suatu minuman yang membangkitkan indera penciuman, pengecapan, sentuhan, dan penampilan.

Dimensi Cita Rasa

Menurut Garrow & James (Maimunah 2020), adapun dimensi cita rasa sebagai berikut:

- 1) Aroma adalah merupakan indera yang berkontribusi terhadap rasa minuman yang juga memberikan aroma dan mengingatkan Anda akan rasa minuman tersebut.
- 2) Rasa adalah sensasi yang timbul melalui indera perasa antara rasa pahit teh dan manis dari gula, rasa asam yang segar.
- 3) Rangsangan Mulut adalah perasaan yang timbul setelah meminum minuman yang merangsang lidah, atupun pada gigi.

Indikator Cita Rasa

Dari dimensi di atas maka indikator cita rasa pada minuman Es Teh Tali Pinggir dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Aroma: memiliki aroma yang harum, memiliki aroma yang menyegarkan.
- 2) Rasa: keseimbangan rasa antara rasa pahit teh dan manis dari gula, rasa asam yang segar.
- 3) Rangsangan mulut: memiliki tekstur, dan suhu dingin pada minuman.

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Rohani 2022), gagasan kualitas pelayanan adalah mencapai standar keunggulan yang diinginkan dan mengelolanya untuk menjamin terpenuhinya harapan pelanggan.

Menurut Krisnawati, kualitas layanan adalah kapasitas suatu bisnis untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan ketika layanan diberikan dengan cara yang memenuhi kebutuhan dan disukai oleh pelanggan (Rohani 2022).

Tingkat kualitas pelayanan membaik yaitu pelanggan menerima layanan yang lebih cepat, lebih responsif, yang memenuhi kebutuhan mereka dan ramah dalam prosesnya (Triadinda 2022).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Berikut aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Kotler dalam (Rohani, 2022):

- 1) **Kehandalan:** kemampuan untuk memberikan layanan pelanggan secara tepat waktu, akurat, dan memuaskan sesuai dengan harapan.
- 2) **Daya tanggap:** mengacu inisiatif kesediaan pelayan melayani klien dengan segera dan reseptif.
- 3) **Jaminan:** mengacu pada informasi, keterampilan, kesopanan, dan kepercayaan diri yang dapat diperoleh dari anggota staf tanpa risiko, ketidakpastian, atau bahaya tubuh.
- 4) **Empati:** melibatkan sikap nyaman dalam membangun hubungan, berkomunikasi secara efektif, memperhatikan permintaan spesifik setiap konsumen, dan memahami keinginan mereka.
- 5) **Bukti fisik:** terdiri dari hal-hal seperti personel, peralatan, dan saluran komunikasi.

Indikator Kualitas Pelayanan

Berikut indikator kualitas pelayanan pada pendirian Es Teh Tali Pinggir berdasarkan pengukuran di atas:

- 1) **Kehandalan:** memberikan layanan secara tepat waktu, akurat, dan memuaskan pelanggan sesuai harapan.
- 2) **Daya tanggap:** menawarkan layanan dengan inisiatif dan ketersediaan untuk memberikan klien bantuan yang cepat dan bermanfaat.
- 3) **Jaminan:** menawarkan jasa yang bebas dari bahaya fisik, ketidakpastian, serta dengan kesopanan dan kepercayaan.
- 4) **Empati:** menawarkan kenyamanan, komunikasi yang efektif, dan pemahaman akan kebutuhan klien.
- 5) **Bukti fisik:** menawarkan layanan yang melibatkan bangunan, peralatan, dan saluran komunikasi aktual.

Kepuasan Pelanggan

Kotler (Dewi 2019) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai emosi yang muncul dari kontrasnya hasil produk yang diinginkan dengan hasil yang semula ditujukan kepada pelanggan, baik secara positif maupun negatif.

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan dalam (Triadinda 2022) sebagai perasaan puas atau tidak puas yang muncul dari kontras antara harapan mereka dan penilaian mereka terhadap kinerja suatu produk.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kottler dalam (Dewi 2019), adapun dimensi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- 1) **Pembelian kembali:** konsumen yang kembali ke bisnis untuk mencari barang atau jasa.
- 2) **Mulut ke mulut:** tentang bisnis biasanya disebarakan mulut ke mulut pelanggan kepada orang-orang.

- 3) Citra merek: mengacu pada konsumen yang kurang tertarik dengan merek produk dari bisnis lain.
- 4) Keputusan pembelian perusahaan yang sama: pelanggan memilih untuk memperoleh barang atau jasa yang berbeda dari bisnis yang sama melakukannya karena alasan yang berbeda.

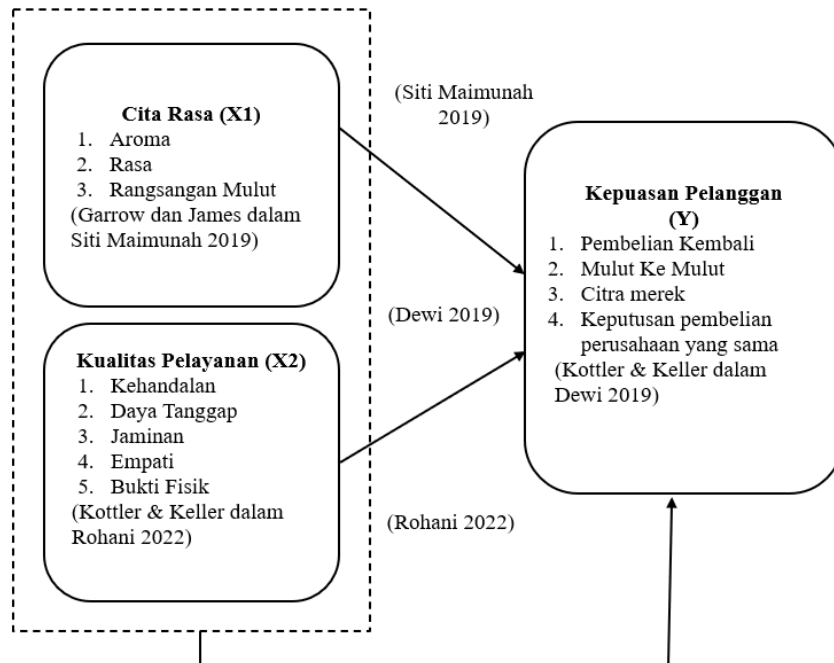
Indikator Kepuasan Pelanggan

Dari dimensi di atas, maka indikator kepuasan pelanggan pada Es Teh Tali Pinggir adalah sebagai berikut:

- 1) Pembelian kembali: konsumen datang kembali kepada perusahaan untuk mencari produk ataupun jasa.
- 2) Mulut ke mulut: konsumen yang senang akan menyebarkan berita tentang bisnis tersebut.
- 3) Citra merek: konsumen yang tidak tertarik dengan merek produk usaha lain.
- 4) Keputusan pembelian perusahaan yang sama: klien yang datang untuk membeli produk atau jasa yang berbeda.

HIPOTESIS PENELITIAN DAN KERANGKA BERPIKIR

Gambar 2. Kerangka Berpikir



Sumber: Data Hasil Penulis (2023)

Diatas ini merupakan kerangka pemikiran, berikut dirumuskan hipotesisnya:

1. Cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Es Teh Tali Pinggir.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Es Teh Tali Pinggir.
3. Cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Es Teh Tali Pinggir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dan eksplanatori. Penelitian ini dilaksanakan pada Es Teh Tali Pinggir yang berlokasi di JL. HS. Ronggo Waluyo No.109 Sirnabaya, Teluk Jambe, Karawang. Adapun waktu penelitian dari bulan September 2023 sampai dengan Januari 2024.

Populasi ES Teh Tali Pinggir yang pernah melakukan pembelian merupakan populasi yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus lemeshow, tujuannya digunakannya lemeshow untuk pengambilan sampel pada populasi ES Teh Tali Pinggir yang tidak terbatas atau tidak diketahui untuk penyelidikan ini. Sugiyono menyatakan dalam (Triadinda 2023) rumus Lemeshow seperti ini:

$$n = \frac{Z^2 1-\alpha/2 P(1-P)}{d^2}$$

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah 96,04. Oleh karena itu, 96 orang dijadikan sebagai sampel untuk penelitian ini. Sugiyono menyatakan dalam (Triadinda 2023) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih menurut kriteria dan metode tertentu.

Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Sampel tersebut tidak memenuhi persyaratan penulis atau tidak mempunyai persyaratan alternatif, oleh karena itu penulis memutuskan untuk menggunakan purposive sampling. Cara memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian dikenal dengan teknik pengumpulan data. Pelanggan Es Teh Tali Pinggir mengisi kuesioner agar terolehnya data.

Data primer merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer berasal dari kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari responden di ES Teh Tali Pinggir. Menurut Sugiyono dalam (Triadinda 2023), alat untuk mengukur yaitu skala Likert, berguna mengukur cara pandang responden terhadap fenomena sosial dengan menanyakan pemikiran, persepsi, dan sikapnya. Lima poin dibuat untuk menjelaskan dalam skala likert:

Tabel 1. Nilai Jawaban Kuesioner

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	CS	Cukup Setuju	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Data Hasil Penulis (2023)

Analisis Data

Analisis linier berganda digunakan dalam analisis data. Sugiyono dalam (Nurlenawati, 2023) menyatakan bahwa digunakan regresi linier berganda yaitu : $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$ variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah cita rasa, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan terhadap ES Teh Tali Pinggir.

Lakukan uji transformasi data, uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas terlebih dahulu, kemudian analisis regresi. Tujuan transformasi data adalah untuk memungkinkan pemrosesan regresi linier berganda yang sesuai pada data sampel. Koefisien determinasi, Uji T dan Uji F merupakan komponen analisis linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Es Teh Tali Pinggir

Es Teh Tali Pinggir adalah usaha bisnis kuliner minuman. Es Teh Tali Pinggir pertama kali didirikan oleh Dino Sumarno di Bandung pada 27 Oktober 2021. Membuka banyak cabang salah satunya, Bandung, Cimahi, Tangerang dan Karawang.

Es Teh Tali Pinggir memiliki 2 cabang yang berada di Kota Karawang, cabang pertama yaitu berlokasi di Jl. Telagasari Kosambi, Rt.001/Rw, Belendung, Kec. Klari, Kab. Karawang. Pada cabang yang kedua dan sekaligus yang menjadi lokus peneliti berlokasi di Jl. HS. Ronggo Waluyo No.109, Sirnabaya, Teluk Jambe, Kab. Karawang.

Karakteristik Responden

Jumlah responden berjumlah 96 yang digunakan pada penelitian ini dengan karakteristik responden yang sudah didapat dari daftar pertanyaan terdapat pada kuesioner, diantaranya jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden yaitu:

Kelamin

Karakteristik kelamin responden yaitu:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	51	53.1	53.1	53.1
Perempuan	45	46.9	46.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output di atas, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang telah membeli produk Es Teh Tali Pinggir yaitu Laki-laki dengan presentase 53,1%.

Usia

Karakteristik usia sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-21_Tahun	49	51.0	51.0	51.0
22-26_Tahun	37	38.5	38.5	89.6
27-31_Tahun	9	9.4	9.4	99.0
32-36_Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Hasil output menunjukkan banyaknya responden yang membeli produk Es Teh Tali Pinggir adalah berusia 17-21 tahun sebesar 51%.

Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	6	6.3	6.3	6.3
Mahasiswa	57	59.4	59.4	65.6
Wirausaha	10	10.4	10.4	76.0
Karyawan_Swasta	22	22.9	22.9	99.0
Pns	1	1.0	1.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Hasil output menunjukkan banyaknya responden yang telah membeli produk Es Teh Tali Pinggir adalah mahasiswa dengan presentase sebesar 59,4%.

Uji Validitas

Uji validitas *product moment* menunjukkan adanya korelasi antara skor total jawaban dengan skor item angket.

- Apabila nilai r perhitungan melebihi R tabel (0,361) = valid
- Apabila nilai r hitung lebih kecil dari R tabel (0,361) = tidak valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	No Item	R Hitung	R Tabel	Hasil
Cita Rasa (X1)	X1.1	0,764	0,361	Valid
	X1.2	0,817	0,361	Valid
	X1.3	0,789	0,361	Valid
	X1.4	0,729	0,361	Valid
	X1.5	0,697	0,361	Valid
	X1.6	0,656	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,708	0,361	Valid
	X2.2	0,743	0,361	Valid
	X2.3	0,804	0,361	Valid
	X2.4	0,745	0,361	Valid
	X2.5	0,890	0,361	Valid
	X2.6	0,713	0,361	Valid
	X2.7	0,750	0,361	Valid
	X2.8	0,728	0,361	Valid
	X2.9	0,657	0,361	Valid
	X2.10	0,837	0,361	Valid
	X2.11	0,857	0,361	Valid
	X2.12	0,803	0,361	Valid
	X2.13	0,830	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,465	0,361	Valid
	Y2	0,690	0,361	Valid
	Y3	0,757	0,361	Valid
	Y4	0,808	0,361	Valid
	Y5	0,649	0,361	Valid
	Y6	0,598	0,361	Valid
	Y7	0,714	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Penulis (2023)

Dari hasil uji validitas tersebut bahwa variabel cita rasa, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai r hitung yang $> r$ tabel (0,361), yang berarti item pada angket penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas ini bertujuan melihat apakah kuesioner mempertahankan konsistensinya pada berbagai ukuran.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Std Cronbach's Alpha	Keterangan
Cita Rasa (X1)	0,834	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,947	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,790	0,6	Reliabel

Sumber: Data Hasil Penulis (2023)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item bersifat variabel karena koefisien α masing-masing variabel $> 0,600$ yang berarti seluruh variabel dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Setelah dilakukan uji transformasi data, peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan sampel *Kolmogorov-Smirnov*. Jika signifikansi $> 0,05$, tes tersebut bernilai normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16987956
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.067
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output diatas, bahwa diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini mencari korelasi linier antara dua atau lebih variabel independen. Multikolinearitas tidak timbul jika VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.729	2.131		.811	.419		
	Cita_Rasa_X1	.462	.133	.359	3.463	.001	.401	2.491
	Kualitas_Pelayanan_X2	.216	.048	.462	4.465	.000	.401	2.491

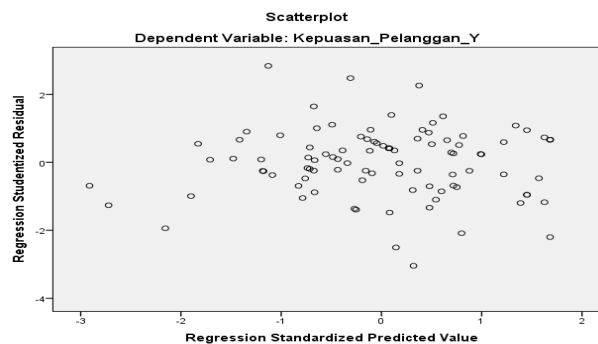
a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai VIF sebesar $2,491 < 10,0$ dan nilai Toleransi Cita Rasa (X1) serta nilai Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,401 > 0,10$. Oleh karena itu, data tersebut tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output diatas, titik yang muncul tidak memiliki pola atau membentuk pola tertentu, dengan begitu tidak adanya gejala heteroskedetisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.729	2.131		.811	.419
	Cita_Rasa_X1	.462	.133	.359	3.463	.001
	Kualitas_Pelayanan_X2	.216	.048	.462	4.465	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output diatas, maka diketahui terdapat persamaan regresi linier berganda: $Y = 1,729 + 0,462X1 + 0,216 X2$ yang diinterpretasikan dibawah ini:

1. Nilai konstanta sebesar 1,729 yang artinya bahwa variabel X1 (Cita Rasa) dan X2 (Kualitas Pelayanan) dianggap konsta $X=0$, maka kepuasan pelanggan bernilai sebesar 1,729.

2. Koefisien regresi variabel X1 (Cita Rasa) sebesar 0,462 yang berarti setiap tambahan nilai cita rasa sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,462.
3. Koefisien regresi variabel X2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,216 yang berarti setiap tambahan nilai kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,216.

Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.591	3.20378

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan_X2, Cita_Rasa_X1
 b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui nilai Adjusted *R Square* diatas sebesar 0,591. Sehingga disimpulkan bahwa pengaruh X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap Y sebesar 59,1%.

Uji T

Jika diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,463 > 1,986$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 berpengaruh signifikan terhadap Y. Jika diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,465 > 1,986$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y.

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1428.167	2	714.083	69.570	.000 ^b
	Residual	954.573	93	10.264		
	Total	2382.740	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y
 b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan_X2, Cita_Rasa_X1

Sumber: Data Hasil Penulis (2024)

Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen (X1 dan X2) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen (Y) berdasarkan nilai f hitung sebesar $69,570 > 3,09$ dan nilai signifikansi pengaruh X1.

Pembahasan

Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan temuan penelitian di atas, cita rasa secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh cita rasa, aroma, dan suhu dingin minuman Es Teh Tali Pinggir yang semuanya terasa jelas. Hal ini berkaitan dengan penelitian (Maimunah 2020) yang menunjukkan bahwa cita rasa mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan. Layanan pelanggan yang sangat baik dari Es Teh Tali Pinggir menawarkan bantuan yang cepat, akomodatif, dan memuaskan. Hal ini berkaitan dengan penelitian (Pebriantika 2022) yang menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh kecil terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian menunjukkan bahwa cita rasa dan tingkat pelayanan Es Teh Tali Pinggir mempunyai pengaruh yang menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan. Secara khusus, penelitian menunjukkan bahwa kedua elemen ini berdampak signifikan dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berkaitan dengan penelitian (Mutiarra 2020) yang menunjukkan adanya pengaruh positif simultan dari cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui jika variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Es Teh Tali Pinggir Teluk Jambe Karawang yaitu variabel cita rasa. Dikarenakan peran cita rasa begitu penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan minuman. Konsumen pasti akan lebih mengutamakan cita rasa minuman dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang hanya melayani konsumen dalam sekejap. Hal ini relevan dengan penelitian (Dilasari, 2022) yaitu variabel yang paling dominan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) adalah cita rasa.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Dari temuan penelitian di atas disimpulkan mengenai bagaimana kepuasan pelanggan terhadap Es Teh Tali Pinggir dipengaruhi oleh cita rasa dan kualitas pelayanan:

1. Variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Es Teh Tali Pinggir, yang artinya meningkatnya cita rasa akan berpengaruh kepada peningkatan kepuasan pelanggan.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Es Teh Tali Pinggir, yang artinya meningkatnya kualitas pelayanan akan berpengaruh kepada peningkatan kepuasan pelanggan.

3. Variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Es Teh Tali Pinggir, yang artinya cita rasa dan kualitas pelayanan akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Implikasi

Berikut implikasi penelitian tersebut:

Pengaruh penelitian ini adalah kemampuannya untuk menjelaskan pentingnya cita rasa dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Mengingat faktor-faktor ini, saran-saran dibuat berikut ini:

- Untuk menambah inovasi cita rasa yang baru dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pembeli memenuhi kebutuhan pelanggan dan agar meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Untuk peneliti Es teh tali pinggir selanjutnya, dapat mengembangkan faktor-faktor lain seperti citra merek, harga produk, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN RUMAH SAKIT*. CV. Gita Lentera.
- Baskara, A., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). PENGARUH VARIASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KULO GALUH MAS KARAWANG. *Economicus*, 17(2), 112-123.
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Platform Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9373-9392.
- Dewi. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82-92.
- Dilasari. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57-68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Monavia Ayu Rizaty. (2022). *Produksi Teh Nasional Meningkat 20,3% pada 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/04/produksi-teh-nasional-meningkat-203-pada-2021>
- Mutiara. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>

- Pebriantika. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 4–5. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Putra, F. A. S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY. *Economicus*, 17(2), 124-135.
- Robih, O. F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Caffe Kemala (Studi Pada Konsumen Caffe Kemala Purwasari, Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7566-7582.
- Rohani. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Shopiana. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut Gracillaria pada CV Simpul Agro Globalindo Makassar. *Jurnal Brand*, 1(2), 1–9.
- Soebiantoro. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Sumiati, H., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ice Cream & Tea Mixue Di Ruko Kartika Kecamatan Klari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5860-5872.
- Triadinda. (2023). The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Kenan Hijab on Tiktok Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6320–6334.
- Triadinda, D., Hidayaty, D. E., & Pranata, R. M. (2022). PENGARUH LAYANAN PRIORITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN NASABAH BANK BTN PRIORITAS CABANG MALANG. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 74-81.