

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada periode 2023–2025 yang mana subsektor industri kuliner di Kota Bandung mengalami penurunan dari segi persentase kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari tahun ke tahun. Kondisi persaingan yang semakin ketat dan potensi kejenuhan pasar ini juga berdampak pada industri *coffee house*. Dalam hal ini, Gajua Kopi Sawunggaling yang berlokasi di kawasan Jalan Tamansari menghadapi tantangan berupa perolehan rating Google Review terendah dibandingkan dengan kompetitor sejenis di wilayah tersebut. Selain itu, Gajua Kopi Sawunggaling juga mengalami fluktuasi jumlah pengunjung serta pencapaian pendapatan bulanan yang belum stabil dan sering kali tidak mencapai target yang ditetapkan selama tahun 2025. Berdasarkan hasil pra-survei dan keluhan pelanggan pada platform ulasan digital, masalah tersebut diindikasikan terjadi pada variabel Kualitas Produk (seperti cita rasa yang kurang konsisten) dan variabel *People*/Karyawan (seperti pelayanan yang lambat dan kurang ramah). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sampel sebanyak 99 responden yang merupakan pelanggan Gajua Kopi Sawunggaling. Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi, sedangkan uji hipotesis dilakukan melalui uji hipotesis simultan (Uji F) dan uji hipotesis parsial (Uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas produk dan *people* secara simultan sebesar 69,3% dan sisanya 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 40,6% dan pengaruh *people* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *People* dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted based on the phenomenon that occurred in the 2023–2025 period, where the culinary industry subsector in Bandung City experienced a decline in terms of percentage contribution to Gross Regional Domestic Product (GRDP) from year to year. The increasingly tight competition and potential market saturation also impacted the coffee house industry. In this case, Gajua Kopi Sawunggaling, located on Jalan Tamansari, faces the challenge of obtaining the lowest Google Review rating compared to similar competitors in the area. In addition, Gajua Kopi Sawunggaling also experiences fluctuations in the number of visitors and unstable monthly revenue achievement and often does not reach the targets set for 2025. Based on the results of the pre-survey and customer complaints on digital review platforms, these problems are indicated to occur in the Product Quality variable (such as inconsistent taste) and the People/Employee variable (such as slow and unfriendly service). The research method used in this study is a descriptive and verification analysis method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to a sample of 99 respondents who are Gajua Kopi Sawunggaling customers. The data analysis methods used included multiple linear regression, multiple correlation, and coefficient of determination. Hypothesis testing was conducted using simultaneous hypothesis testing (F) and partial hypothesis testing (t).

The results indicate a positive and significant effect between product quality and people on customer satisfaction. The simultaneous effect of product quality and people quality was 69.3%, with the remaining 30.7% influenced by other variables not examined. Partially, the effect of product quality on customer satisfaction was 40.6%, and the effect of people on customer satisfaction was 28.7%. Therefore, it can be concluded that product quality has the greatest influence on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, People, and Customer Satisfaction