

## PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARKOP LANGGANO DI MOJOAGUNG JOMBANG

Anggi Setia Ningrum<sup>1</sup> Sigit Santoso<sup>2</sup>

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [inianggi235@gmail.com](mailto:inianggi235@gmail.com) [sigitsantoso@untag.sby.ac.id](mailto:sigitsantoso@untag.sby.ac.id)

### Abstract

*This research aims to analyze whether product innovation, service quality and location have an effect on consumer satisfaction, either partially or simultaneously. This research was conducted on Warkop Langgano consumers who had visited at least 2 times. With a sample size of 100 respondents collected using a questionnaire and the analysis techniques used were Validity Test, Reliability Test, and Multiple Linear Regression Test with SPSS 27. The results of this research: Product Innovation, Service Quality and Location simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano, Product Innovation has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung, Service Quality has a positive effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung, Location has a positive effect and significant impact on consumer satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung.*

*Keywords: Product Innovation, Service Quality, Location, and Purchase Intention.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Warkop Langgano setidaknya minimal sudah berkunjung sebanyak 2 kali. Dengan jumlah sampel 100 responden yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Regresi Linier Berganda dengan SPSS 27. Hasil dari penelitian ini Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung, Kualitas Layanan berpengaruh positif berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen.

### Article History

Received: September 2024

Reviewed: September 2024

Published: September 2024

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kebiasaan menikmati kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sejak zaman dahulu. Namun, zaman modern ini kebiasaan minum telah mengalami perluasan makna, bukan lagi sekedar kepuasan, melainkan beralih peran sebagai salah satu media untuk berinteraksi dan bertukar pikiran. Perubahan zaman dan tradisi telah mempengaruhi kebiasaan, dengan generasi muda mulai menikmati kopi sebagai cara untuk bersosialisasi. Hal ini tercermin dari pertumbuhan gerai kopi modern, atau yang sering disebut *café*.

Di Jombang pun telah banyak *café* atau gerai kopi yang berdiri dan bermunculan, dan salah satu diantaranya ialah Warkop Langgano. Warkop Langgano merupakan warung kopi yang mengusung konsep ngopi tenang di rumah dengan nuansa desa, design tata ruang dalam *café* ditata selayaknya berada di rumah sendiri dengan pemandangan hamparan sawah yang tersaji disekitaran lokasi *café*.

Cita rasa yang otentik dari Warkop Langgano diperoleh dari inovasi produk yang selalu dilakukan pemiliknya. Inovasi produk juga dapat diartikan perpaduan dari siklus satu dengan yang lain yang saling mempengaruhi (Kotler Keller: 2007). Mereka sudah memiliki beberapa jenis inovasi produknya sendiri diantaranya ada Flores langgano, Wanoja deep purple, Frinsha signature lactic, Java moca, Trawas aromatic bomb, Pluntang coklat raisin. Hasil dari inovasi produk tersebut tidak hanya mereka jual untuk kebutuhan Warkop Langgano saja, tetapi mereka juga menjual kepada *café* Jombang.

Kualitas layanan "*Hospitality*" yaitu kualitas layanan yang merujuk pada standar pelayanan yang diberikan oleh suatu tempat atau industri yang berfokus pada kepuasan dan kenyamanan tamu atau pelanggan. Menurut (Rahmandika et al., 2020) kualitas pelayanan mengacu pada sejumlah mana suatu organisasi memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam memberikan kualitas layanan. *Hospitality* ini mencakup berbagai aspek diantaranya ialah keramahan, responsive terhadap kebutuhan, ketersediaan fasilitas, kebersihan, keamanan, dan kemudahan akses.

Sementara itu menurut Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006:113) faktor lokasi memegang peranan penting dalam bauran pemasaran, memilih lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko lebih berhasil dibandingkan gerai lainnya yang berada di lokasi kurang strategis. Dengan kondisi lokasi Warkop Langgano yang seperti itu membuat pemiliknya harus memutar kembali otaknya untuk berpikir tentang sebuah lokasi tersebut bukanlah suatu hambatan besar untuk mencapai kepuasan konsumen Warkop Langgano. Kepuasan adalah persaaan dari hasil membandingkan pengalaman yang dirasakan dengan harapan, terkait dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan suatu produk atau layanan, menurut Fecikova (2010) dalam Sahabuddin (2019). Kepuasan konsumen sendiri yang paling utama biasanya terjadi pada kualitas layanan yang dinilai baik, selain itu terdapat citarasa produk yang disajikan, dan akses menuju suatu produk tersebut.

Berkaitan dengan uraian latar belakang dan fenomena yang terjadi, untuk mengetahui strategi apa saja yang harus dilakukan oleh pemilik bisnis *café* dalam menjaga posisi persaingan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH INOVASI, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARKOP LANGGANO DI MOJOAGUNG JOMBANG"**

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk ialah ide baru yang menarik dan berpotensi untuk dikembangkan. Proses inovasi dilakukan dengan sengaja dirancang untuk mendukung pengembangan dan strategi yang menarik. Supaya tetap kompetitif di pasar, inovasi harus dilakukan secara terus-menerus dan dikembangkan. (B.D. Prasetyo, 2020:37).

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memastikan ketepatan dalam penyampaian layanan agar selaras dengan harapan mereka . (Tjiptono 2014:640).

## **Lokasi**

Lokasi mencakup berbagai usaha perusahaann untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual mudah diakses , ini termasuk metode distribusi produk atau layanan kepada konsumen(Kotler &Amstrong, 2018:51).

## **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan ialah unsur penting pada pemasaran modern, perusahaan dapat meraih kemenangan dalam persaingan jika mereka mampu mambangun dan menjaga pelanggan. (Tjiptono, 2015:45).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian kuantitatif digunakan pada studi untuk menjalin hubungan inovasi produk, kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Cara pengumpulan data yang diterapkan ialah dengan membagikan kuesioner kapda kosnueman Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas digunakan dalam teknik analisis data. Pengolah data dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statiscal Package for Social Sciences) digunakan untuk menganalisisdata denganteknikanalisisregeresilinierberganda.Datayangterkumpulkan dianalisis secara statistik mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan, dengan menggunakan pengujian hipotesis ialah uji F dan uji T.

## **Uji Instrumen**

### **Uji Validitas**

Pengujian Validitas digunakan untuk menilai ketepatan atau keakuratan suatu alat ukur. Jika faktor-faktor tersebut dikonfigurasi dengan benar dan suatu kuesioner atau instrumen survei memiliki nilai validitas 0,30 atau lebih, maka dianggap valid untuk penelitian ini. Namun jika nilai validitasnya kurang dari 0,30 maka dianggap tidak valid. (Sugiyono, 2016).

### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas digunakan untuk mengukur instrumen yang bersifat konstruk atau alat ukur variabel. Instrumen variabel ialah instrument yang mengukur objek yang sama beberapa kali dan menghasilkan data yang identik.Alat sebagaipengukur reliabilitas yaituCronbach Alpha. Untuk pengujian ini menggunakan batasan nilai sebesar 0,6. Oleh karena itu, alat tersebut dianggap reliabel jika nilai alfa Cronbach 0,6 atau lebih besar, dan tidak dapat dapatdinyatakan reliablesaat nilai alfa cronbach tidakmelebihi 0,6.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Tujuan melakukan pengujian normalitas yaitu memastikan variabel residual didalam model regresi berdistribusi normal. Dengan tingkat signifikasi sebesar 5% dapat dinyatakan normal apabila nilai probabilitas melebihi 0,05 hasilnyadata terdistribusi normal. Saat nilai probabilitasnya tidakmelebihi 0,05 berarti tidak benar data tersebut berdistribusi normal.

#### **Uji Multikolineraitas**

Tujuan utama pengujian multikolineritas yaituagar mengetahui ada atau tidaknya model regresi penelitian ini menunjukkan hubungan antar variabel bebas. Ketika nilai tolerancelebih besar dari 0,1, yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel independent, dan mempunyai nilai VIF dibawah 10, berarti model regresi tersebut terhin dari gejala multikolinerita.

#### **Uji Heterokedastistas**

Heteroskedastisitas menguji perbedaan varians residual antar periode pengamatan. Dengan melihat pola gambar scatterplot, dilihat bagaimana cara memprediksi jika terdapat heteroskedastisitas pada model pengamatan.

## Metode Analisis Data

### Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini memanfaatkan analisis regresi berganda, untuk digunakan menguji apakah inovasi produk , kualitas layanan dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran seberapa jauhnya suatu model menjelaskan ragam variabel terikat. Nilainya berada antara 0 dan 1.

### Teknik Pengujian Hipotesis

#### Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) yaitu pengujian signifikansi suatu persamaan untuk mengukur berapa besarnya suatu variabel bebas (X) dapat mempengaruhi variabel terikat (Y) di saat yang bersamaan. Uji ini dilaksanakan dengan mengadakan perbandingan antara  $F_{hitung}$  bersama  $F_{tabel}$  yakni ketika  $F_{hitung}$  melebihi  $F_{tabel}$  serta tingkat signifikansi  $< 0,05$  mengakibatkan  $H_0$  tidak ditolak (adapengaruh), sebaliknya ketika  $F_{hitung}$  tak melebihi  $F_{tabel}$  dan signifikansi  $> 0,05$  mengakibatkan  $H_0$  tidak diterima (tidak terdapat pengaruh).

#### Uji T (Parsial)

Pengujian koefisien regresi parsial atau uji T dilaksan akan agar dapat melihat ada atau tidaknya yang mempengaruhi suatu variabel bebas kepada variabel terikat. Bila hasil  $t_{hitung}$  melebihi  $t_{tabel}$  akibatnya variabel bebas mendapatkan pengaruh kepada variabel terikat secara signifikan, dan bila  $t_{hitung}$  tidak melebihi  $t_{tabel}$ , variabel bebas tidak mendapatkan pengaruh ke variabel terikat secara signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 100 orang, dan ukuran df dapat dihitung  $100-2 = 98$ , dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga menghasilkan r tabel sebesar 98, yaitu 0,1654. Variabel Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Lokasi ,serta Kepuasan Konsumen semuanya menunjukkan r hitung melebihi r tabel. Dengan begitu, bisadikatakan bahwa semua pernyataan mengenai indikator variabel adalah benar.

Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 100 orang, dan ukuran df dapat dihitung  $100-2 = 98$ , dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga menghasilkan r tabel sebesar 98, yaitu 0,1654. Variabel promosi, fasilitas, aksesibilitas,serta keputusan berkunjung semuanya menunjukkan r hitung melebihi r tabel. Dengan begitu, bisadikatakan bahwa semua pernyataan mengenai indikator variabel adalah benar.

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Tabel 1

#### Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel              | Nilai Croanbach Alpha | Standar Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|-----------------------|-----------------------|------------------------------|------------|
| Inovasi Produk (X1)   | 0,715                 | >0,60                        | Reliabel   |
| Kualitas Layanan (X2) | 0,705                 | >0,60                        | Reliabel   |
| Lokasi (X3)           | 0,805                 | >0,60                        | Reliabel   |
| Kepuasan              | 0,784                 | >0,60                        | Reliabel   |

|              |  |  |  |
|--------------|--|--|--|
| Konsumen (Y) |  |  |  |
|--------------|--|--|--|

Sumber: Output SPSS.27, data primer diolah 2024

Dari pengujian reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai dari Croanbach's Alpha pada variable Inovasi Produk,Kualitas Layana,Lokasi , dan Kepuasan Konsumen> 0,60 sehingga bisa diambil kesimpulan semua item pernyataan dalam kuesioner reliabel sehingga layak dipergunakan bagi instrument pada penelitian.

## Uji Asumsi Klasik

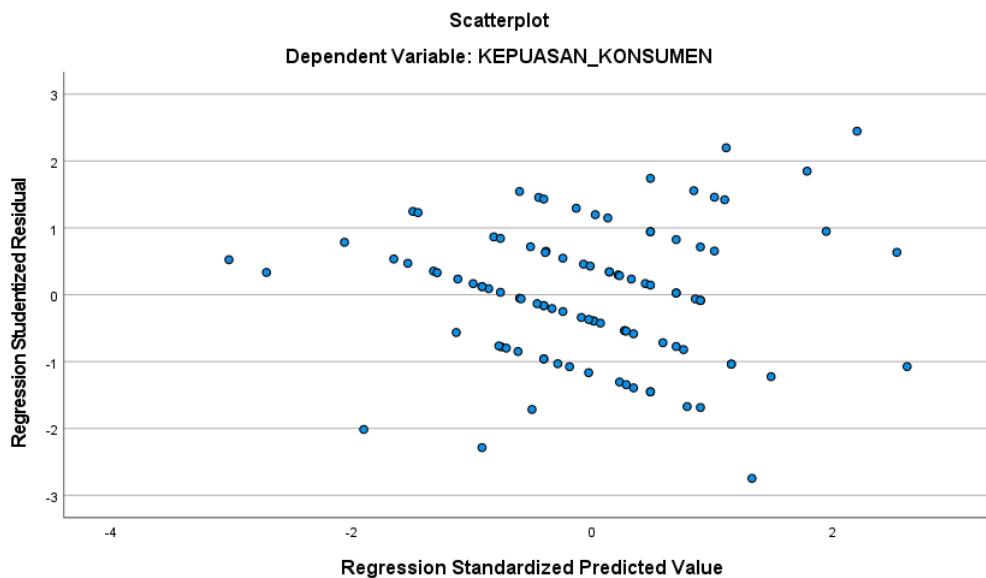
### 1. Uji Normalitas

Uji one sampel kolmogorov smirnov (KS) digunakan dalam uji normalitas data pada penelitian ini. Dalam uji tersebut memiliki kriteria yaitu apabila nilai probabilitas Signifikan melebihi 0,05 artinya data tersebut normal, sedangkan jika data tidakmelebihi 0,05 artinya data tersebut dikatakan tidak normal. Hasil pengujian one sampel kolmogrov Smirnov (KS), memiliki nilai distribusi normal karena Asymp.Sig 2 Tailed (0,200) melebihi  $\alpha = 0,05$  yang menandakan data berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil dariuji Multikoleniaritas variabel Inovasi Produk (X1) nilai VIF 2,687, variabel Kualitas Layanan (X2) nilai VIF 2,923, dan variabel Lokasi (X3) nilai VIF 2,846 sehingga disimpulkan bahwa ketiga variabel X tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan hasil dari nilai VIF yaitu diantara 1 sampai dengan 10.

### 3. Uji Heterokedastistas



Sumber : Output SPSS 27, data diolah 2024

Data titik muncul secara acak dan tidak memiliki pola yang jelas. Maka, bisa diambil kesimpulan bahwa perhitungan ni tidak memiliki gejala heterosekdasitas.

## Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini digunakan agar mengetahui bagaimana variabel dependen kepuasan konsumen (Y) yang dipengaruhi variabel independen inovasi produk(X1), kualitas layanan(X2) dan lokasi (X3). Sesuai perhitungan yang dilakukan dengan SPSS for Windows versi 27 untuk konstanta -7,372 ,untuk X1 koefisien regresi yaitu0,780,pada X2 koefisien regresi ialah 0,192, pada X3 koefisien regresi yaitu 0,159 hinggaakhirnya diketahui persamaan regresi:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$$Y = 9,586 + 0,305X_1 + 0,413X_2 + 0,286X_3$$

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil pengujian koefisien determinasi ialah sebesar 0,786 maka variabel kepuasan konsumen (Y) ternyata dipengaruhi oleh inovasi produk (X1), kualitas layanan (X2) dan lokasi (X3). Namun demikian, sisanya 100% yaitu 21,4% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model yang diselidiki.

**Pengujian Hipotesis**

**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

**Tabel 2**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1     | Regression | 1441.520       | 3  | 480.507     | 122.344 | <,001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 377.040        | 96 | 3.927       |         |                    |
|       | Total      | 1818.560       | 99 |             |         |                    |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, INOVASI\_PRODUK, KUALITAS\_LAYANAN

Sumber: output SPSS.27, data primer diolah 2024

Nilai Fhitung sebesar 122,344 berada diatas 2,70 sebagai hasil uji ANOVA atau F-test. Nilaisignifikasi 0,000 tidakmelebihi 0,05. Dapat disimpulkan karena hal ini menunjukkan Ho tidakditerima dan Ha diterima, maka secara simultan inovasi produk, kualitas layanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen.

**PEMBAHASAN**

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.  
Temuan dari studi tersebut menunjukkan bahwa inovasi memberikan dampak berarti pada kepuasan konsumen, dengan tigtat signifikansi  $t$   $0,001 < 0,05$ . Hasil tersebut selaras dengan yang diteliti oleh Vista Effeny Fillayata (2020) bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan inovasi produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Hipotesis pertama, yaitu “Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgno di Mojoagung Jombang” terbukti.
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.  
Temuan dalam studi membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepusan konsumen, nilai signifikansi  $t$  sebesar  $0,019 < 0,05$ . Menurut penelitian yang dilakukan oleh Melly Trisdanti (2022) yang juga berpendapat bahwa kualitaslayananmemilikipengaruhsignifikanterhadapkepuasankonsumen.Makadari itu,dengan demikian Kualitas Layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Hipotesis kedua, yaitu “Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang” terbukti.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.  
TemuandalamstudiinimembukatakanbahwaLokasiberpengaruhsignifikanterhadap Kepuasan Konsumen. Nilai signifikansi  $t$  sebesar  $0,044 < 0,05$ . Menurut penelitian Nur Fidianah (2019) yang juga menyatakan bahwa Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Maka dari itu, dapat disimpulkan Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Hipotesis ketiga, yaitu "Lokasiberpengaruhsignifikanterhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang" terbukti.
4. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.  
Berdasarkanstudipadapenelitianini, nilaikonstanta(a) yang negatif sebesar  $-7,372$  menandakan bahwa nilai Kepuasan (Y) adalah  $-7,732$  ketika faktor lainnya adalah nol. Uji F menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) karena  $F$  hitung memiliki nilai lebih besar dari  $F$  tabel. Nilai  $F$  hitung yang diperoleh dalam regresi linier berganda adalah  $(122.344 > 2.70)$  seperti yang tertera pada tabel. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.  
Dengandemikian, hipotesis keempat yang menjelaskan bahwa "Inovasi Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Warkop Langgano di Mojoagung Jombang" dapat diterima.

## KESIMPULAN

1. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.
2. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.
3. Lokasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.
4. Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.

## DAFTAR PUSTAKA

- (Bambang D. Prasetyo, 2020) Strategy Branding teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis: UB Press
- (Indrasari, M (2019) Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- (Kotler, Philip. 2012). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- (Panjaitan, Roymon. 2018) Manajemen Pemasaran. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo Mahira.,
- (Prasetyo., Heni. 2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome