

B2C MARKETING JURNAL

homepage : <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/B2C>

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPI LAIN HATI LUWUK

Riski M. Lamato¹, Rahman Syahid P², Iqbal Tamsil P³,

Muhammad Syafruddin³

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Luwuk

Informasi Artikel

Riwayat naskah:

Diterima : 25 Juli 2024

Disetujui : 29 Juli 2024

Publikasi : 30 Juli 2024

Penulis Korespondensi:

Riski M.Lamato

Email: riski.lamato46@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Luwuk, Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Penentuan sampel menggunakan metode sampel jenuh, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 responden dari 72 populasi. Hasil kuesioner tersebut telah diuji validitas dan reliabilitasnya, juga telah diuji asumsi klasik berupa asumsi normalitas, asumsi Multikolinearitas. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima karena Kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang nyata terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis

kedua diterima karena Harga memberikan kontribusi nyata terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis ketiga diterima karena Kualitas Pelayanan Dan Harga memberikan kontribusi nyata terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the partial and simultaneous influence of service quality and price on customer satisfaction at Kopi Lain Hati Luwuk. Data collection uses primary data obtained from questionnaires. The sample was determined using the saturated sample method, so that the sample in this study was 72 respondents from 72 populations. The results of the questionnaire have been tested for validity and reliability, and classical assumptions in the form of normality assumptions and multicollinearity assumptions have also been tested. The data analysis method uses multiple regression analysis techniques.

The research results show that the first hypothesis is accepted because service quality makes a real contribution to customer satisfaction. The second hypothesis is accepted because price makes a real contribution to customer satisfaction. The third hypothesis is accepted because Service Quality and Price make a real contribution to Customer Satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Price, Product Quality

Pendahuluan

Dalam menjalankan suatu bisnis para pelaku usaha harus selalumengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Konsumen dalam mengunjungi suatu *Caffe* tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman akan tetapi mereka juga akan melihat seperti apa kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen (Nainggolan et al., 2020).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen, terhadap tingkat layanan

yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas (Wirapraja et al., 2021).

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, harga merupakan faktor penting dalam penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli barang tersebut (Asti & Ayuningtyas, 2020). Menurut Darmawan et al., (2020) harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, keputusan penentuan harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra perusahaan.

Firatmadi, (2017), kepuasan diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen, semakin terpenuhi harapan-harapan konsumen tentu konsumen akan semakin puas dan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang hal ini akan membangun loyalitas konsumen.

Gofur, (2019) mengungkapkan Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan.

Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan konsumen, dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut (Setiyani & Maskur, 2022).

Luwuk Banggai merupakan salah satu Kabupaten di Sulawesi Tengah dan termasuk Kabupaten Maju. Kabupaten Banggai atau biasa di kenal dengan Luwuk Banggai merupakan pusat bisnis, perdagangan dan industri. Sehingga Luwuk Banggai merupakan tempat yang tepat untuk para perintis bisnis menjalankan usaha bisnisnya. Salah satu bisnis yang sedang *trend* di Kabupaten Luwuk Banggai yaitu *coffee shop*. Kompetisi *coffee shop* di Luwuk Banggai sangat ketat, dimulai dengan *brand* besar seperti Janji Jiwa, Lain Hati dan Chemistry. Disusul dengan *brand* baru yang banyak bermunculan seperti Kopi Sehati, Friend Zoon, Candu, Kopi 892, Kopi Tani dan Kopi Saluan.

Penelitian ini dilakukan pada Kopi Lain Hati yang merupakan salah satu *coffee shop* yang mempunyai 222 cabang di seluruh Indonesia (Beritasatu.com, 2019), Salah satunya berada di Luwuk (Kilo 5). Kopi Lain Hati menawarkan berbagai produk dari kopi dan non kopi. Mempunyai 222 cabang tidak membuat Kopi Lain Hati ramai dibanding *coffee shop* lainnya. Pasalnya, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti dimana Kopi Lain Hati cenderung sepi pada siang hari, menurut salah seorang konsumen yang pernah berkunjung pada Kopi Lain Hati, mereka kurang puas dari segi pelayanan seperti, kurangnya senyum dan pelayanan yang lama, kemudian dari segi harga yang di tawarkan cenderung mahal, hal tersebut tidak sesuai dengan harapan para konsumen yang berkunjung. Berikut adalah daftar harga kopi Lain Hati :

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

Gambar 1 Daftar Harga Kopi Lain Hati Luwuk



Sumber : Instagram kopi lain hati luwuk

Berdasarkan Gambar di atas terbukti harga yang ditawarkan kopi lain hati kisaran Rp.18.000 – Rp.116.000. Hal tersebut tidak sesuai dengan gaya hidup (*Life Stile*) yang ada di luwuk. Menurut Gofur, (2019) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan harga. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan konsumen, Maka konsumen akan merasa puas. Gofur, (2019) juga mengungkapkan Harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun, dan sebaliknya. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hardiyanto, (2019) dan Putra & Seminari, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Oktarini, (2019) dan Mutiara et al., (2021), dimana dari hasil penelitiannya Kualitas pelayanan Dan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari beberapa penelitian diatas, juga dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa perbedaan (*reseach gap*) pada beberapa hasil penelitian. Sehingga peneliti sebelumnya selalu menyarankan melakukan penelitian dengan memperhatikan hal-hal yang diduga menyebabkan perbedaan hasil penelitian seperti : objek penelitian, periode penelitian, situasi dan kondisi ekonomi, jumlah sampel, kriteria sampel yang digunakan, variabel yang akan digunakan, dan keterbatasan penelitian. Hal inilah yang mendorong peneliti bermaksud meneliti ulang mengenai kepuasan pelanggan untuk mendapatkan sebuah jawaban baru dari hasil penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dan juga perbedaan penelitian (Gap Penelitian), peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Luwuk”**.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang diketahui. Dimana penelitian ini memakai metode analisis deskriptif yaitu metode analisis yang dimana data-data dikumpulkan, diklasifikasikan,

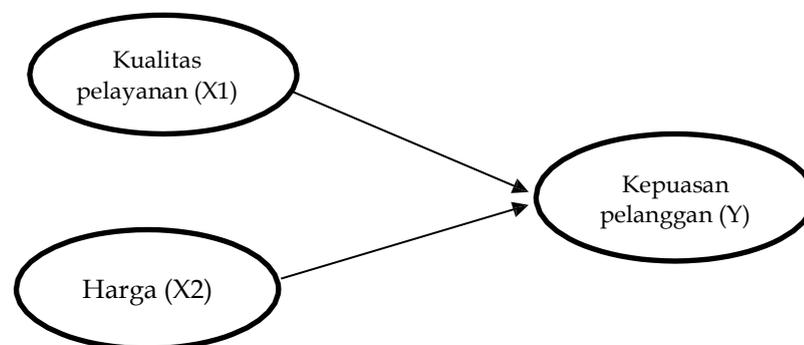
Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

dianalisis secara objektif sehingga memberikan informasi dan gambaran mengenai topik yang akan dibahas. (Sugiyono:2018)

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada kosumen yang berkunjung pada Kopi lain hati luwuk. Angket digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan (Nugraheni,2016).

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Valliant, 2016). Dalam penelitian ini populasinya adalah Konsumen yang berkunjung pada Kopi lain hati luwuk. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2017: 68), "teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel". Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 72 Orang.

Penelitian ini terdapat variabel terikat yaitu Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah ukuran yang menilai sejauh mana produk atau suatu perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan ini dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu harapan pelanggan terhadap layanan atau produk yang diberikan, minat pelanggan untuk kembali menggunakan layanan atau produk tersebut, dan kesediaan mereka untuk memberikannya kepada orang lain. Aspek ketiga ini bersama-sama mencerminkan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, yang pada akhirnya berperan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra perusahaan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan terhadap suatu layanan dan kinerja aktual yang diberikan. Untuk menilai kualitas ini, beberapa indikator yang digunakan, yaitu bukti fisik (tampilan fasilitas dan peralatan), kehandalan (kemampuan layanan untuk memenuhi janji), ketanggapan (kesigapan dalam membantu pelanggan), dan jaminan (rasa aman dan keyakinan yang diberikan oleh layanan). Sementara itu, harga adalah nilai yang ditetapkan oleh Kopi Sehati untuk produk yang ditawarkan kepada konsumen. Indikator harga meliputi keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan manfaat produk, ketetapan harga yang konsisten, serta daya saing harga dibandingkan produk lain di pasaran. Kualitas pelayanan dan harga berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan serta loyalitas mereka terhadap produk atau layanan. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas pelayanan (X1), harga (X2). Variabel Kepuasan pelanggan (Y) dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS 25.0

Hasil dan Pembahasan

Gambaran umum dan Karakteristik Responden

Kopi Lain Hati adalah merek minuman kopi yang didirikan oleh Nikmat Group pada tahun 2018 bersama dengan Ririn Ekawati dan saat ini sudah berhasil memiliki hampir 500 kedai yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu ciri khas kopi kekinian ini terletak pada konsep produk yang dipasarkan. Memiliki nama 'Lain Hati', menu Kopi Lain Hati menggunakan nama-nama yang berkaitan dengan *relationship* antar muda-mudi. Slogan yang digunakan yaitu "Pindah ke Lain Hati".

No.	Karakteristik	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	<u>Jenis Kelamin :</u>		
	<ul style="list-style-type: none">Laki-LakiPerempuan	50 22	69,4 30,6
2.	<u>Usia :</u>		
	<ul style="list-style-type: none">20 - 30 Tahun31 - 40 Tahun41 - 50 Tahun>50 Tahun	55 9 7 1	76,4 12,5 9,7 1,4
	<u>Pekerjaan</u>		
	<ul style="list-style-type: none">Wiraswasta/karyawanPelajar/MahasiswaTNI/POLRIPNSLainnya	41 18 4 5 4	56,9 25,0 5,6 6,9 5,6

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 72 responden maka diperoleh Karakteristik Responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2024

Berdasarkan data yang disajikan, karakteristik responden menunjukkan variasi dalam jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki dengan jumlah 50 orang atau 69,4%, sedangkan perempuan sebanyak 22 orang atau 30,6%. Dalam hal usia, sebagian besar responden berada dalam rentang usia 20-30 tahun dengan jumlah 55 orang atau 76,4%. Kelompok usia ini mendominasi, diikuti oleh usia 31-40 tahun (12,5%), 41-50 tahun (9,7%), dan >50 tahun yang hanya sebesar 1,4%.

Dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah wiraswasta atau karyawan, sebanyak 41 orang atau 56,9%. Kelompok pelajar atau mahasiswa mencakup 25% dari total responden, diikuti oleh TNI/POLRI dan "Lainnya" masing-masing sebesar 5,6%, serta PNS sebesar 6,9%. Data ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda (20-30 tahun) dan kelompok wiraswasta atau karyawan

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

merupakan kelompok yang paling dominan dalam sampel responden, menunjukkan kemungkinan bahwa kelompok ini memiliki ketertarikan atau keterlibatan yang lebih tinggi dalam layanan atau produk yang diteliti.

Deskripsi Data Variabel

Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan adalah Ketidaksesuaian Antara Harapan Sebuah Layanan Dengan Kinerja. Menurut Mulyapradana et al., 2020 indikator kualitas produk antara lain :

- 1) Bukti fisik
- 2) Keandalan
- 3) Ketanggapan
- 4) Jaminan

Tabel 2
Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas pelayanan (X1)

Butir pernyataan	SS 5		S 4		KS 3		TS 2		STS 1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	Bobot	Rata ²
X.1.1	38	52,8	34	47,2	-	-	-	-	-	-	326	4,52
X.1.2	26	36,1	46	63,9	-	-	-	-	-	-	314	4,36
X.1.3	22	30,6	47	65,3	3	4,2	-	-	-	-	307	4,26
X.1.4	19	26,4	44	61,1	9	12,5	-	-	-	-	298	4,13
X.1.5	27	37,5	42	58,3	3	4,2	-	-	-	-	312	4,33
X.1.6	26	36,1	44	61,1	2	2,8	-	-	-	-	312	4,33
X.1.7	27	37,5	44	61,1	1	1,4	-	-	-	-	314	4,36
X.1.8	23	31,9	38	52,8	11	15,3	-	-	-	-	300	4,16
Rata-rata	-	36,1	-	58,9	-	5,00	-	-	-	-	100	4,30

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat untuk item pernyataan 1 menunjukan 38 responden (52,8%) menyatakan sangat setuju pada butir pernyataan X1.1. dan sisanya 34 responden (47,2%) yang menyatakan setuju. padaitem pernyataan 2 menunjukkan 26 responden (36,1%) menyatakan sagat setuju pada butir penyataan X1.2 dan sisanya 46 responden (63,9%) menyatakan setuju. Untuk item pernyataan 3 menunjukkan 22 responden (30,6%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (65,3%) menyatakan setuju dan sisanya 3 responden (4,2%) menyatakan kurang setuju pada butir penyataan X1.3. pada item pernyataan 4 menunjukkan 19 responden (26,4%) menyatakan sangat setuju, 44 responden (61,1%) menyatakan setuju dan sisanya 9 (12,5%) responden menyatakan kurang setuju, pada butir pernyataan X1.4. pada item pernyataan 5 menunjukkan 27 (37,5%) responden menyatakan sangat setuju, 42 (58,3%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 3 (4,2%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X1.5. pada item pernyataan 6

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

menunjukkan 26 (36,1%) responden menyatakan sangat setuju, 44 (61,1%) responden menyatakan setuju dan sisanya 2 (2,8%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X1.6. pada item pernyataan 7 menunjukkan 27 (37,5%) responden menyatakan sangat setuju, 44 (61,1%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 1 (1,4%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X1.7. Pada item pernyataan 8 menunjukkan 23 (31,9%) responden menyatakan sangat setuju, 38 (52,8%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 11 (15,3%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X1.8.

Harga (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Santosa & Andhini, (2022), Untuk mengukur harga digunakan tiga indikator yaitu :

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Kesesuaian Harga Dan Ketetapan Harga
- 3) Daya Saing Harga
- 4) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Tabel 3
Tanggapan Responden Atas Variabel Harga (X2)

Butir pernyataan	SS 5		S 4		KS 3		TS 2		STS 1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	Bobot	Rata ²
X.2.1	41	56,9	29	40,3	2	2,8	-	-	-	-	327	4,54
X.2.2	38	52,8	32	44,4	1	1,4	1	1,4	-	-	323	4,48
X.2.3	28	38,9	42	58,3	2	2,8	-	-	-	-	314	4,36
X.2.4	30	41,7	41	56,9	1	1,4	-	-	-	-	317	4,40
X.2.5	28	38,9	43	59,7	1	1,4	-	-	-	-	315	4,37
X.2.6	24	33,3	45	62,5	3	4,2	-	-	-	-	309	4,29
X.2.7	27	37,5	41	56,9	4	5,6	-	-	-	-	311	4,31
Rata-rata	-	42,9	-	54,1	-	2,8	-	0,2	-	-	100	4,39

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada table 3 diatas dapat dilihat untuk item pernyataan 1 menunjukkan 41 responden (56,9%) menyatakan sangat setuju, 29 responden (40,3%) menyatakan setuju, dan sisanya 2 responden (2,8%) yang menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X2.1. pada item pernyataan 2 menunjukkan 38 responden (52,8%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (44,4%) menyatakan setuju, 1 responden (1,4%) menyatakan kurang setuju dan sisanya 1 responden (1,4%) menyatakan tidak setuju pada butir pernyataan X2.2. Untuk item pernyataan 3 menunjukkan 28 responden (38,9%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (58,3%) menyatakan setuju dan sisanya 2 responden (2,8%)

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X2.3. pada item pernyataan 4 menunjukkan 30 responden (41,7%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (56,9%) menyatakan setuju dan sisanya 1 responden (1,4%) menyatakan kurang setuju, pada butir pernyataan X2.4. pada item pernyataan 5 menunjukkan 28 (38,9%) responden menyatakan sangat setuju, 43 (59,7%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 1 (1,4%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X2.5. pada item pernyataan 6 menunjukkan 24 (33,3%) responden menyatakan sangat setuju, 45 (62,5%) responden menyatakan setuju dan sisanya 3 (4,2%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X2.6. pada item pernyataan 7 menunjukkan 27 (37,5%) responden menyatakan sangat setuju, 41 (56,9%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 4 (5,6%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan X1.7.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah Ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut Sumolang et al., (2021), Untuk mengukur Kepuasan Pelanggan digunakan tiga indikator yaitu :

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

Tabel 4
Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Butir pernyataan	SS 5		S 4		KS 3		TS 2		STS 1		Jumlah	
	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%	Bobot	Rata ²
Y1	27	37,5	45	62,5	-	-	-	-	-	-	315	4,37
Y2	25	34,7	46	63,9	1	1,4	-	-	-	-	312	4,33
Y3	28	38,9	44	61,1	-	-	-	-	-	-	316	4,38
Y4	27	37,5	45	62,5	-	-	-	-	-	-	315	4,37
Y5	21	29,2	48	66,7	3	4,2	-	-	-	-	306	4,25
Y6	23	31,9	43	59,7	6	8,3	-	-	-	-	305	4,23
Rata-rata		35,00		62,7		2,3					100	4,32

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada table 4.7 diatas dapat dilihat untuk item pernyataan 1 menunjukan 27 responden (37,5%) menyatakan sangat setuju, dan sisanya 45 responden (62,5%) menyatakan setuju, pada butir pernyataan Y1. pada item pernyataan 2 menunjukkan 25 responden (34,7%) menyatakan sangat setuju, 46 responden (63,9%) menyatakan setuju, dan 1 responden (1,4%) menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan Y2. Untuk item pernyataan 3 menunjukkan 28 responden (38,9%) menyatakan sangat setuju, dan sisanya 44 responden (61,1%) menyatakan setuju pada butir pernyataan Y3. pada item pernyataan 4 menunjukkan 27 responden (37,5%) menyatakan sangat

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

setuju, dan sisanya 45 responden (62,5%) menyatakan setuju pada butir pernyataan Y.4. pada item pernyataan 5 menunjukkan 21 (29,2%) responden menyatakan sangat setuju, 48 (66,7%) responden menyatakan setuju, dan sisanya 3 (4,2%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan Y5. pada item pernyataan 6 menunjukkan 23 (31,9%) responden menyatakan sangat setuju, 43 (59,7%) responden menyatakan setuju dan sisanya 6 (8,3%) responden menyatakan kurang setuju pada butir pernyataan Y6.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Perhitungan validitas dari penelitian ini menggunakan korelasi antar skor indikator. Dilakukan dengan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Ketika r hitung $>$ r tabel maka di katakan valid. Hasil uji validitas melalui program SPSS Versi 25 terhadap instrumen penelitian diperoleh yang diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 5
Uji Validitas

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
Pertanyaan 1	0,657	0.228	Valid
Pertanyaan 2	0,700	0.228	Valid
Pertanyaan 3	0,580	0.228	Valid
Pertanyaan 4	0,770	0.228	Valid
Pertanyaan 5	0,699	0.228	Valid
Pertanyaan 6	0,655	0.228	Valid
Pertanyaan 7	0,616	0.228	Valid
Pertanyaan 8	0,812	0.228	Valid
Harga (X2)			
Pertanyaan 1	0,697	0.228	Valid
Pertanyaan 2	0,245	0.228	Valid
Pertanyaan 3	0,365	0.228	Valid
Pertanyaan 4	0,700	0.228	Valid
Pertanyaan 5	0,715	0.228	Valid
Pertanyaan 6	0,710	0.228	Valid
Pertanyaan 7	0,629	0.228	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)			
Pertanyaan 1	0,653	0.228	Valid
Pertanyaan 2	0,683	0.228	Valid
Pertanyaan 3	0,782	0.228	Valid
Pertanyaan 4	0,600	0.228	Valid
Pertanyaan 5	0,702	0.228	Valid
Pertanyaan 6	0,784	0.228	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dapat dijelaskan bahwa seluruh indikator dalam tiap variabel berada pada kategori yang Valid, sesuai dengan kriteria pengujian validitas.

Uji Reliability

Dengan menggunakan *SPSS 25 for windows* maka hasil uji reliabilitas terhadap instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *conbach alpha* (α) lebih besar dari 0.60. Berikut uji reabilitas dalam bentuk tabel :

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas (α)	Nilai Batas Alpha (α)	Keputusan
Kualitas Pelayanan	0,843	0,60	Reliabilitas
Harga	0,647	0,60	Reliabilitas
Kepuasan Pembelian	0,794	0,60	Reliabilitas

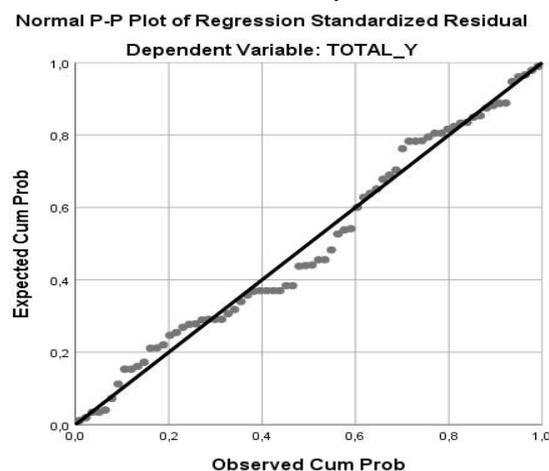
Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengujian Reliabilitas dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien cronbach's alpha (α) yang lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian merupakan indikator-indikator Reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunya distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data, dilakukan Uji grafik P-Plot (Probability Plot). Hasil dari Uji Normalitas melalui SPSS 25 sebagai berikut :

Gambar 3 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah tahun 2024

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

Dari gambar 3 menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel *independen*, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,480	2,502		1,391	,169	
	TOTAL_X1	,367	,068	,516	5,365	,000	,685
	TOTAL_X2	,320	,094	,328	3,414	,001	,685

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdarkan pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel independen mempunyai nilai 0,685 > 0,05 dan VIF 1,460 < 5, yang berarti data yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi multikolonearitas data.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 for Windows. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 8 Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,480	2,502		1,391	,169
	Kualitas Pelayanan	,367	,068	,516	5,365	,000
	Harga	,320	,094	,328	3,414	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada kolom *Unstandardized Coefficients* (kolom B), tertera nilai *constant*a sebesar 3,480, koefisien Kualitas Pelayanan 0,367, dan koefisien Harga 0,320, dengan demikian dapat ditulis persamaan regresi menjadi bentuk persamaan sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

$$Y = 3,480 + 0,367X_1 + 0,320X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka diinterpretasikan beberapa hal, antara :

- 1) Nilai konstanta persamaan di atas adalah sebesar 3,480. Angka tersebut menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh bila variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sama dengan nol. Artinya kedua variabel diabaikan maka variabel kepuasan pelanggan bernilai Positif sebesar 3,480.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,367. Hal ini berarti jika meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,367 satuan dengan syarat variabel independen lainnya tetap.
- 3) Variabel Harga (X_2) memiliki nilai sebesar 0,320. Hal ini berarti nilai kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,320, dengan asumsi bahwa variabel yang lain dianggap konstan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada hakekatnya mengukur seberapa besar kemampuan persamaan model dalam menerangkan variasi yang terdapat pada variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Koefisien determinasi dapat dihitung untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika proses mendapatkan nilai R^2 yang tinggi adalah baik, tetapi jika nilai R^2 rendah bukan berarti model regresi tidak baik (Ghozali, 2016:95).

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,751 ^a	,563	,551	1,456

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas, didapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,563 atau 56,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 56,3%. Sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi lain Hati , LUWUK.

Hasil Uji t

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian melalui uji t adalah dengan t-hitung dan t-tabel pada derajat signifikansi 95% (" α " = 0,05) dengan pengujian dua sisi.

Tabel 10
Hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,480	2,502		1,391	,169
	Kualitas Pelayanan	,367	,068	,516	5,365	,000
	Harga	,320	,094	,328	3,414	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat yaitu pada nilai t dengan nilai $df_2 = n-k-1 = 72-2-1 = 69$, maka t_{tabel} diperoleh yaitu 1.667. Berdasarkan nilai t tabel tersebut maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Pengaruh Kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk adalah 5,365 dan nilai t_{tabel} 1.667, maka ($5,365 > 1,667$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,005$) artinya jika variabel Kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,367.

- 2) Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} variabel Harga adalah 3,414 dan nilai t_{tabel} 1.667, maka ($3,414 > 1,667$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan ($0,001 < 0,05$). Artinya, jika variabel Harga di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,320.

Interpretasi Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Luwuk

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap dalam kepercayaan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,365. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kopi Lain Hati Luwuk, dengan ini dapat dikatakan bahwa Kopi Lain Hati Luwuk telah memberikan kualitas pelayanan dengan baik kepada Setiap Pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dilihat berdasarkan persepsi pelanggan atau penerima layanan. Apa bila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima jauh dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipresepsikan

buruk. Dengan demikian baik buruknya suatu pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa layanan dalam memenuhi harapan konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hardiyanto, (2019) dan Putra & Seminari, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan,

2. Pengaruh Harga terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Luwuk

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli suatu barang. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Maka dari itu pihak produsen harus pandai dalam menetapkan harga jual suatu produk agar tidak menimbulkan kekecewaan pada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dimana uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,414. Hal ini menerangkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan akan berakibat pada kepuasan konsumen. Dengan ini dapat dikatakan bahwa penetapan harga pada kopi lain hati luwuk sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hardiyanto, (2019) dan Putra & Seminari, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Luwuk

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan adalah 0,000 atau $< 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Andriasan Sudarso (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan dan harga yang diberikan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis terkait "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Lain Hati Luwuk," diperoleh beberapa kesimpulan penting. Pertama, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Kedua, harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,001, yang juga di bawah 0,05. Ketiga, kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa kedua variabel ini penting untuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan ini, penulis memberikan beberapa saran. Bagi pemilik Kopi Lain Hati Luwuk, disarankan agar meningkatkan kualitas pelayanan dengan respon cepat, kasih sayang, serta senyum dan sapa saat melayani pelanggan. Selain itu, perusahaan diharapkan memperhatikan penyesuaian harga agar selaras dengan produk yang ditawarkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang dapat mendorong loyalitas dan rekomendasi dari pelanggan. Bagi peneliti

selanjutnya, disarankan agar mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dalam penelitian ini, nilai R square sebesar 56,3% menunjukkan bahwa 43,7% kepuasan pelanggan masih dipengaruhi oleh variabel lain. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk memperluas wawasan terkait kualitas pelayanan dan harga serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, yang diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang lebih baik. Penulis juga menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian ini yang perlu diperbaiki.

Daftar Pustaka

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. A. N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74-82.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hardiyanto, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Kereta Api Indonesia DAOP VIII Jurusan Surabaya-Malang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., Ardiana, D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., & Mistriani, N. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. 6. *Jurnal Sekretari | Vol*, 6(2), 249.
- Putra, K., & Seminari, N. K. (2020). Kualitas produk, kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan The Old Champ Cafe. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3423.
- Santosa, S., & Andhini, T. P. (2022). PENGARUH HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK LAYANAN PENGIRIMAN POS EXPRESS PT POS INDONESIA KCU PEKANBARU. *Pro Mark*, 12(2).
- Setiyani, U., & Maskur, A. (2022). PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHERE CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 702-709.
- Sumolang, H. J. W., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Amarise Cake Tondano. *Productivity*, 2(7), 571-575.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Permadi, L. A., Purba, B., Tjiptadi, D. D., & Lie, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.

