

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOPESPACE COFFE & EATERY INDRAMAYU

Kevin Indra Delaorent¹, Kosasih²,

¹Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

²Dosen Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : kevinindradelaorent@gmail.com

Email : kosasih@staff.unsika.ac.id

URL: <https://jpekbm.upjb.ac.id/index.php/files/article/view/30/version/30>

DOI : <https://doi.org/10.32682/zmnd3798>

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of service quality and price on consumer satisfaction at Hopespace Coffee & Eatery in Indramayu. This research was conducted using descriptive and verification methods. Sampling was determined using the slovin formula with a total sample of 360 respondents. The data analysis technique used is scale-range analysis and path analysis with the help of the Method of Successive Interval (MSI), Ms. Excel 2019 and SPSS 25 software. The results showed that the quality of service obtained an average score of 1,466, with the criteria of agreeing. The price variable obtained an average score of 1,435, with agreed criteria. The Consumer Satisfaction variable obtained an average score of 1,439, with agreed criteria. The results of the study show that there is a correlation between the variables of Service Quality and Price which is 0.713 and has a strong and unidirectional relationship. there is a partial effect of Service Quality on Consumer Satisfaction that is equal to 0.358. There is a partial effect of the price variable on consumer satisfaction, which is equal to 0.409. There is a simultaneous effect of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction of 0.5043 or 40.4% while the rest is influenced by other variables not examined.

Keyword: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel 360 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis rentang skala dan analisis jalur (path analysis) dengan bantuan *Method of Successive Interval* (MSI), Ms. Excel 2019 dan *software* SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan diperoleh hasil rata-rata skor 1.466, dengan kriteria setuju. Variabel Harga diperoleh hasil rata-rata skor 1.435, dengan kriteria setuju. Variabel Kepuasan Konsumen diperoleh hasil rata-rata skor 1.439, dengan kriteria setuju. Hasil penelitian terdapat korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terdapat sebesar 0,713 dan memiliki tingkat hubungan kuat dan searah. terdapat pengaruh parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,358. Terdapat pengaruh parsial variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,409. Terdapat pengaruh simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,5043 atau 40,4% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

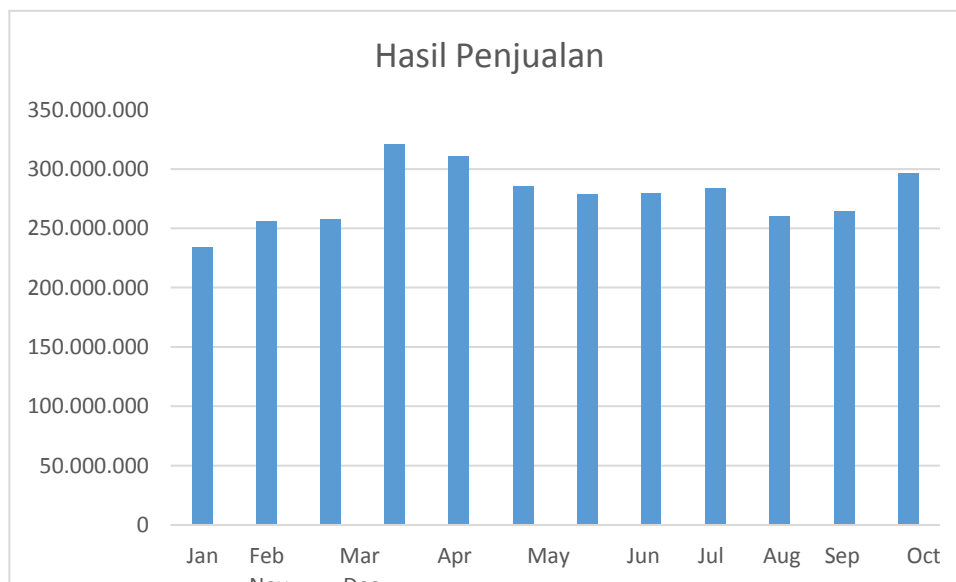
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

Pendahuluan

Dunia usaha di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, perkembangan dunia usaha tersebut berakibat terjadinya perubahan pola dan strategi para pesaing dalam mempertahankan usahanya. Usaha yang saat ini banyak berkembang yaitu disektor usaha kuliner atau cafe. Tidak dapat di pungkiri lagi bahwa industri perdagangan dan usaha kuliner terutama cafe saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari usaha besar maupun kecil. Bahwa usaha dibidang sangat mempengaruhi pertumbuhan dan dapat membantu perekonomian Indonesia.

Konsumen ketika mengunjungi suatu cafe tidak hanya mencari suatu produk berupa makanan dan minuman akan tetapi mereka juga akan menilai seperti kualitas pelayanan yang diberikan, ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen. Selain itu dapat memberikan nilai bagi cafe tersebut.

Grafik 1.1
Data Penjualan Hopespace Coffee & Eatery Pada Tahun 2022



Sumber: Laporan Penjualan Hopespace Coffe & Eatery

Berdasarkan grafik 1.1 diatas menunjukan bahwa penjualan di Hopespace Coffe & Eatery mengalami peningkatan dan penurunan dalam penjualannya. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya peningkatan dan penurunan karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan tertentu terjadi penjualan yang cukup besar seperti pada bulan Ramadhan dan tahun baru.

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha karena ketika konsumen harapannya terpenuhi maka konsumen akan merasa puas dan akan

berdampak atau akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Pada cafe Hopespace Coffe & Eatery di Indramayu terdapat beberapa permasalahan salah satunya yaitu kepuasan konsumen karena adanya konsumen yang merasa kurang puas terhadap pelayanan dan harga pada cafe Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu. Menurut Rangkuti (2011:74) kepuasan konsumen adalah reaksi terhadap ketidak sesuaian antara sebelum dan sesudah merasakan atau menggunakan suatu produk.

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 konsumen cafe Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu bahwa masih banyak keluhan dari konsumen cafe Hopespace Coffe Eatery karena kinerja tidak sesuai dengan harapan sehingga menyebabkan konsumen merasa tidak puas. Hal ini terutama tampak pada konsumen tidak setuju jika Konsumen kurang memperhatikan merek pesaing ketika konsumen sudah merasa puas, berdasarkan hal tersebut bahwa masih terdapat konsumen kurang puas terhadap cafe Hopespace Coffee & Eatery.

Tabel 1.1
Hasil pra survey Kepuasan Konsumen Cafe Hopespace Coffee & Eatery

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Jumlah
1	Konsumen akan membeli kembali pada Cafe Hopespace Coffe & Eatery	1	4	11	12	2	30
2	Konsumen akan mempromosikan Cafe Hopespace Coffee & Eatery melalui mulut ke mulut	1	11	11	5	2	30
3	Konsumen kurang memperhatikan merek pesaing ketika konsumen sudah merasa puas	7	10	5	7	1	30
4	Konsumen akan melakukan pembelian ulang pada Cafe Hopespace Coffee & Eatery	2	5	10	10	3	30

Sumber: Pra survey (2023)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya yaitu Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang diberikan kepada konsumen serta ketepatan untuk melampaui harapan konsumen.

Menurut Mahmoedin (2010) dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Selain kualitas pelayanan, yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga merupakan faktor penting yang harus ditetapkan dalam menjual produk, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan standar harga pasar agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Produk yang dijual di cafe Hopespace Coffee &

Eatery memiliki harga yang relatif mahal selain itu produk yang dijual tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan. Sehingga konsumen akan membandingkan harga dengan cafe lainnya yang berada di Indramayu. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:78) harga adalah

sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat- manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini populasinya yaitu menggunakan followers Instagram @Hopespace_coffee & Eatery di Indramayu, sehingga peneliti melakukan penyusunan sebanyak 3.582 pengikut, dan akan dijadikan populasi dalam penelitian ini. dengan menggunakan rumus slovin dapat diketahui bahwa sampel yang diperoleh sebanyak 360 responden. Pada peneliti ini peneliti menggunakan sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau Insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun Analisi yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif, Analisis deskriptif adalah statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017). Analisis verifikatif yang digunakan merupakan path analisi dalam model 1, Analisis Verifikatif adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan suatu perhitungan statistika sehingga diperoleh hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Adapun hipotesis yang digunakan

H1: Terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Harga di cafe Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu

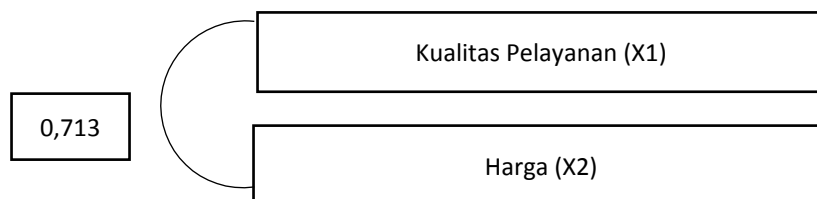
H2: a. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di cafe Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu

b. Terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di cafe Hopespace Coffe & Eatery di Indramayu

H3: Terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen cafe Hopespace Coffee & Eatery di Indramayu

Hasil dan Pembahasan

. Berdasarkan nilai koefisien antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) yaitu 0,713. Korelasi tersebut dijelaskan pada gambar 4.23 dibawah ini:



Gambar 1.2

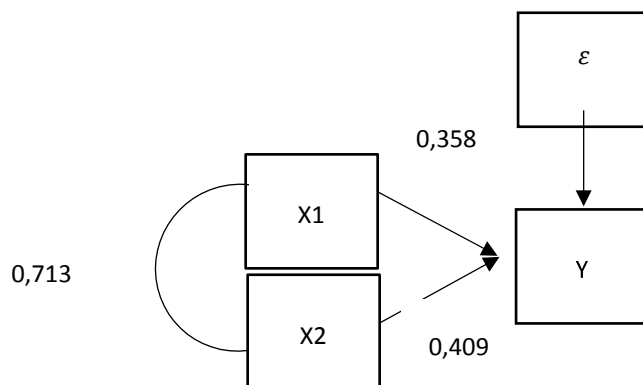
Korelasi Antara Variabel Bebas (X1) Dan (X2)**Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023****Analisis Jalur**

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3246.831	628.409		5.167	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.028	.358	6.745	.000
	Harga	.312	.041	.409	7.694	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data, Peneliti 2023

Dari hasil analisis diperoleh besaran koefisien korelasi antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan harga (X2) dapat dinilai sebesar 0,713. dengan demikian Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki tingkat hubungan yang Kuat dan searah karena memiliki nilai positif dan berada pada interval koefisien 0,60 – 0,799 dengan kategori kuat.



Gambar 1.3
Koefisien Jalur Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

Sumber: Hasil Pengolah Data SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 1.3 korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki korelasi sebesar 0,713, dan koefisien jalur variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,358 lebih kecil daripada koefisien jalur variabel Harga (X2) sebesar 0,409.

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$CD = (0,358)^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,1282 \times 100\%$$

$$CD = 12,82\%$$

Nilai koefisien determinasi yang telah dihitung yaitu sebesar 12,82% artinya Kualitas Pelayanan (X1) mampu mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 12,82% sedangkan sisanya sebesar 87,18 dipengaruhi oleh variabel lain.

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$CD = (0,409)^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,1673 \times 100\%$$

$$CD = 16,73\%$$

Nilai koefisien determinasi yang telah dihitung yaitu sebesar 16,73% artinya Harga (X2) mampu mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 16,73% sedangkan sisanya sebesar 83,27 dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 1.2

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Koefesien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Subtotal Pengaruh
			X1	X2	
Kualitas Pelayanan	0,358	0,1282		0,1044	0,2326
Harga	0,409	0,1673	0,1044		0,2717
Total Pengaruh					0,5043
Pengaruh Variabel Lain					0,4957

Sumber : Hasil Olah Data, Peneliti 2023

Berdasarkan hasil total pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan memiliki pengaruh sebesar 0,5043 atau mampu mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 50,43% dan sisanya sebesar 0,4957 atau sebanyak 49,57% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	kesimpulan
ρ_{YX_1}	0,000	0,05	6,745	1,966	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan sig (0,000) < α (0,05) dan thitung (6,745) > ttabel (1,966) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	kesimpulan
ρ_{YX_2}	0,000	0,05	7,694	1,966	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan Sig. (0,000) < α (0,05) dan thitung (7,694) > ttabel (1,966) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	f hitung	f tabel	kesimpulan
$\rho_{YX_1X_2}$	0,000	0,05	181,996	3,021	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai Sig. (0,000) < α (0,05) dan fhitung (181,996) > ftabel (3,021) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Simpulan

1. Terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,713 dan memiliki tingkat hubungan yang kuat karena nilainya positif.
2. Terdapat pengaruh parsial Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 - a. Pengaruh parsial Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0,358 atau 35,8%
 - b. Pengaruh parsial Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan koefisien jalur

sebesar 0,409 atau 40,9%

Karena 35,8% lebih kecil dari 40,9% maka dapat dinyatakan bahwa variabel Harga (X) lebih banyak memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

3. Terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,5043 atau 50,4% berkontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan sisanya sebesar 0,4957 atau 49,57% dipengaruhi dari variabel lainnya ($\square$) yang tidak diteliti dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Bersama – sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Referensi

- Ahror, Ubaidillah. Hendri Soekotjo. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo" dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 6 No 3.
- Aprianti, Ine. Jihan Putri Krimawati. (2020). "Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung Melalui Instagram" dalam jurnal JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan). Vol 2 No1.
- Asti, Eka Giovana. Eka Avianti Ayuningtyas. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen" dalam Jurnal EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis. Vol 1 Issue 01 - Jan 2020.
- Aulia, Maslikhatul. Imam Hidayat. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies" dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 6 No 5.
- Bansaleng, Julia Mega. Jantje L Sepang, Jeffry LA Tampenawas. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado" dalam Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 9(3)
- Farhan, Muhammad. Endang M. Sasmita, Bida Sari. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Brotta Suki dan Bbq Jakarta Pusat" dalam Jurnal IKRA-ITH Ekonomika. Vol 4 No 1.

- Hastuti, Sri. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Laundry Ananda Lahat)" dalam Jurnal Ekonomika. Vol 13 No 1.
- Mariansyah, Alvin. Amirudin Syarif. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu" dalam Jurnal JIBM. Vol 3 No 2.
- Marselina, Sherly. Juarsa Badri. (2022). "The Effect Of Product Quality, Price and Service Quality on Cosumer Satisfaction at Cafe Sava Koffie" dalam Jurnal Bina Bangsa Internasional Journal of Business and Management (BBIJBM). Vol 2 No 1.
- Nugroho, Danu Setyo. Endang Saryanti. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri" dalam Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol 6 No 1.
- Pantilu, Dealisna. Rosalina A.M. Koleangan. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado" dalam Jurnal EMBA. Vol 6 No 4.
- Sofyan Chairudin. Jantje Sepang. Sjendry Loindong. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada WHT'S UP café Manado" Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 7(3)
- Tombeng, Brigitte. Ferdy Roring, Farlane S. Rumokoy. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado" dalam Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 7 (1), 2019. ISSN 2303-1174. Published by Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Daga, Rosalini. (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.
- Hendrayani, Eka. Wahyunita Sitinjak. Gusti Putu Eka Kusuma. dkk. (2021). Manajemen Pemasaran. Bandung: Cv Media Sains Indonesia.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo press.
- Mulyadi, & Widi Winarso. (2020). Pengantar Manajemen. Purwokerto: CV. Pena Persada
- Priansa, D.J. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Rohman, Abd. (2017). Dasar-dasar Manajemen. Malang: Intelegensi Media.
- Sadikin, Ali. Isra Misra. Muhammad Sholeh hudin. (2020). Pengantar Manajemen dan Bisnis. Yogyakarta: K- Media.

Silaen, S. (2018). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor: In Media.
Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. ALFABETA