

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee)

Dian Meyliana¹⁾, Sonny Santosa²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dianmeyliana@gmail.com

²⁾snsantosa@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Harga
Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Suasana Cafe
Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Analisis berikut memiliki tujuan untuk pembagian variabel yang berdominan, dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana cafe yang diberikan di Haye Coffee.(Angreni et al., 2019; Chandra, 2019; Komarudin et al., 2019; Limajatini, Winata, Kusnawan, et al., 2019; Limajatini, Murwaningsari, & Sellawati, 2019; Melatnebar, 2019) Kepuasan dapat diartikan yang dapat memperluas pengaruh harga, seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan serta seberapa besar kenyamanan pelanggan terhadap suasana di Haye Coffee sehingga meningkatkan afinitas konsumen yang segera datang.(Komarudin et al., 2019; Limajatini, Murwaningsari, & Khomsiyah, 2019; Mukin & Oktari, 2019; Oktari & Liugowati, 2019; Yopie Chandra, 2019)

Analisis dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. (Chandra, 2019; Limajatini, Winata, Kusnawan, et al., 2019; Winata, Kusnawan, Limajatini, & Hernawan, 2020; Winata, Kusnawan, Limajatini, & Simbolon, 2020; Winata, Salikim, et al., 2020; Winata & Limajatini, 2020)Selanjutnya untuk menganalisis penulis menggunakan uji validitas dengan korelasi Bivariate Pearson dan untuk menentukan hipotesis menggunakan teknik analisis data yaitu uji T dan uji F (Uji simultan).(Chandra, 2020; Melatnebar, Oktari, & Chandra, 2020, 2020; Trida et al., 2020; Wi, 2020)

Suatu pemecahan masalah dapat di selesaikan secara fleksibel sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap harga, produk, pelayanan, dan suasana cafe pada Haye Coffee Adalah Suasana Café (0,422), Kualitas Produk (0,394), Harga (0,271) Dan Kualitas Pelayanan (0,009), Sehingga faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Haye Coffee adalah faktor Suasana Café.(Anggraeni et al., 2020; Melatnebar, Oktari, & Chandra, 2020; Trida et al., 2020; Winata, Kusnawan, Limajatini, & Hernawan, 2020, 2020; Winata & Limajatini, 2020)

I. PENDAHULUAN

Globalisasi sekarang, banyaknya usaha coffee shop sebagai sebuah bisnis kecil sehingga seluruh masyarakat menjadikan hidangan coffee sebagai tempat nongkrong bagi kalangan remaja dan di jadikan minuman favorit.(Chandra, 2020; Hernawan et al., 2020; Melatnebar, 2020; Melatnebar, Oktari, Chandra, et al., 2020; Wi, 2020; Wi & Anggraeni, 2020; Winata & Limajatini, 2020) Telah banyak pengusaha coffee shop yang beredar di berbagai kota membuat para pembisnis coffee shop saling bersaing. (Dinata et al., 2019; Ginny, 2019; Ginny & Jasumin, 2019; Pujiarti et al., 2019; Sutisna, 2019; Yoyo et al., 2019) Maka dari itu, pembisnis coffee shop menuntut harus mempunyai inovasi yang tinggi untuk tercapainya pengalihan oleh para pesaing. (Angreni et al., 2019; Farunik, 2019; Hidayat & Hartanto, 2019; Natalie, 2019; Purnama et al., 2019; Wibowo & Listen, 2019) Bisnis coffee shop jika ingin tetap bertahan, harus adanya banyak peminat agar coffee shop tetap berjalan. Sebuah coffee shop harus memiliki daya tarik yang berbeda dari coffee shop yang lain agar Haye Coffee dapat memenuhi kepuasan pelanggan.(Angreni, 2020; Parameswari, 2020; Parameswari et al., 2020; Purnama et al., 2020; Sutisna, 2020)

Semakin banyaknya Coffee shop yang ada di daerah Tangerang ini semakin banyak persaingan yang ada ,di mulai dari harga yang mudah di beli oleh kalangan manapun baik itu anak sekolah dengan uang jajan yang terbatas ataupun para pengusaha , selain harga kualitas produk juga sangat berpengaruh dalam sebuah bisnis karna dengan kualitas produk masyarakat/pelanggan akan menilai baik tidaknya dalam sebuah makanan/minuman yang jual .(Hidayat, 2020a, 2020b; Listen et al., 2020; Natalia et al., 2020; Tholok et al., 2020; Yoyo & Listen, 2020)

Kualitas Pelayanan dimana respon penjual yang baik akan sangat berpengaruh di dalam sebuah penjualan karna dengan sikap yang ramah dan baik akan menjadikan pelanggan suka dan terus Kembali untuk membeli sebuah minuman atau makanan yang di jual, dengan seperti itu penjualan akan semakin meningkat setiap harinya dan menjadikan pelanggan yang tetap/setia pada sebuah café.

Suasana Café yang ramai akan di nilai dengan para pelanggan yang datang dengan respon baik dan suasana yang enak di kunjungi ,di lihat dan di rasakan pada saat meminum /makan di café tersebut. Mendesain suatu café akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan dengan berbagai suasana yang nyaman dan asik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Consuegra et al menjelaskan bahwa, kelayakan dalam penetapan harga sangat penting agar dapat di terima bagi konsumen bahwa nilai yang diberikan masuk akal. Apabila konsumen merasakan perbandingan harga sebagai penentuan pengambilan keputusan dalam membeli maka akan terjadinya memilih produk disesuaikan dengan kualitas produk yang sebanding dengan harga yang di dapatkan. (Ayu Ratih, Kerti Yasa, 2020).

Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki tingkat pandangan yang berbeda ada yang standar, sedang, dan unggul. Secara persepsi seseorang memiliki tanggapan yang berbeda-beda dari yang sangat puas dan berniat untuk membeli. Sehingga sekelompok pasar bertujuan untuk memasarkan produk dan menerima tanggapan dari beberapa pesaing dan menerima respon dari pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Suharto 2017:18) :

“Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki korelasi eksklusif hubungan langsung kemampuan bersaing menggunakan tingkatan keuntungan yg diperoleh dalam suatu perusahaan”.

Suasana Cafe

Menurut (Sunarti 2018) :

"Suasana kafe diselesaikan dalam mendesain ruang toko atau kafe yang sesuai dengan barang yang ditawarkan dan memanfaatkan fasilitas yang ada di kafe dengan menggunakan topik yang paling tepat, agar lingkungan kafe dapat menyatu. konsumen”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry (Firmansyah, 2018) :

“Mengekspresikan kesenangan konsumen adalah perasaan konsumen tentang jenis pembawa yang dia dapatkan”.

III. METODE

Populasi

Berdasarkan Penelitian ini populasi nya adalah seluruh konsumen di *café hayee coffee*.

Sample

Jumlah sampel yang telah dihitung menggunakan rumus slovin adalah 100 responden. Maka peneliti membagikan kuesioner kepada 100 konsumen di *Café Haye Coffee*.

Teknik Pengumpulan Data

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan metode wawancara langsung kepada pemilik *café* dan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mencapai fakta yang diinginkan.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji R

Hasil Uji Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.801	2.367

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji pada tabel *Model Summary* di atas, dapat dijelaskan bahwa:

Kolom R pada model 1 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,899. Sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi antara keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan klien, karena jauh mendekati koefisien determinasi, yaitu 1.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Hasil Uji Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.158	2.810		-1.480	.142
	Harga	.271	.086	.235	3.166	.002
	Kualitas Produk	.394	.099	.385	3.969	.000
	Kualitas Pelayanan	.009	.073	.009	.129	.898
	Suasana Cafe	.422	.060	.406	7.049	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel Coefficients di atas, dapat dijelaskan bahwa:

Persamaan ini menjelaskan :

Konstanta (a) : -4,158 (konstanta bernilai negatif) apabila variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café memiliki nilai yang positif di anggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan semakin menurun.

Koefisien b1 : 0,271 koefisien variabel memiliki nilai positif artinya jika nilai Harga semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b2 : 0,394 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Kualitas Produk semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b3 : 0,009 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Kualitas Pelayanan semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b4 : 0,422 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Suasana Cafe semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Jika pada kolom Sig. Diketahui nilai probabilitas harga sebesar 0,000 dan nilai probabilitas kualitas pelayanan sebesar 0,000. Maka ini dapat menunjukkan apabila nilai probabilitas berada dibawah 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya bahwa harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana cafe mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- Uji F

Hasil Uji ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2249.393	4	562.348	100.345	.000 ^b

Residual	532.397	95	5.604		
Total	2781.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji data pada tabel ANOVAa di atas, dapat dijelaskan bahwa:

a) Hasil perhitungan Uji F ANOVAa yang didapatkan dari Fhitung untuk model 1 adalah 100,345 dengan tingkat signifikan 0,000 di mana nilai $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $100,345 > 2,70$ sehingga mendapatkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh linear antara variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan, sehingga model regresi ini layak untuk digunakan.

b) Menentukan Ftabel :

$$df_2 = n - k = 100 - 4 = 96$$

(angka tersebut adalah penyebut dalam tabel untuk distribusi F)

$$F_{tabel} = 2,70$$

Keterangan :

K = Jumlah variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dan dependen (Y)

N = Jumlah responden

V. KESIMPULAN

Kesimpulan

Pada hasil pembahasan dan penelitian yang penulis lakukan mengenai “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan” terdapat kesimpulan sebagai berikut :

a. Harga

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan harga yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh sebesar 0,271 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

b. Kualitas Produk

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan kualitas produk yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 0,394 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

c. Kualitas Pelayanan

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan kualitas pelayanan yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,009 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

d. Suasana Café

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan suasana cafe yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa suasana cafe memiliki pengaruh sebesar 0,422 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

Saran

Pada hasil penelitian ini, maka peneliti merangkum saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan :

- a) Dari hasil penelitian ini di harapkan pemilik cafe lebih mampu meningkatkan kualitas yang ada agar dapat memiliki banyak kepuasan pada sebuah produk yang di miliki.
- b) Lebih banyak melakukan diskon/potongan harga agar banyak orang yang berkeinginan untuk terus menikmati hidangan yang ada.
- c) Dari semua variabel yang penulis teliti alangkah lebih baik nya jika terus di tingkatkan dan di perhatikan lebih detail lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

- a) Dalam penelitian ini semua hasil variabel sudah berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain seperti promosi, lokasi, loyalitas pelanggan, citra merek, dan minat pembelian.
- b) Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan kekurangan pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan perusahaan sektor lainnya agar hasil penelitian lebih dapat di generalisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2017). Uji Formalitas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sari, N. K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Cafe Sawah Pujon Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Soekanto. (2007). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab II Kajian Pustaka 2.1, 2004, 6–25.
- "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Suasana Café".(n.d.).
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Privasi terhadap Net Benefit dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 51(9), 1689–1699. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf.