

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopigo Padang

Maulidia Putri¹, Yuke Permata Lisna²

^{1,2} Universitas Negeri Padang, Indonesia

Alamat: Jalan Prof. Dr. Hamka, Air tawar Barat, Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: maulidia.ptri9@gmail.com

Abstract. This research is encouraged by issues with service quality, cost, and consumer happiness. This kind of quantitative study employs the survey method and the causal associative approach (cause and effect). Primary and secondary data kinds are employed. This study examines Kopigo Padang customers. One hundred clients made up the research sample, which was selected using the non-probability sampling method. The data collection method was through a questionnaire, also known as a This makes use of a Likert scale whose validity and reliability have been examined. SPSS 26.00 was used to process the study data. Based on the results, the Service Quality Variable with a percentage of 55%, the Price Variable with a percentage of 70%, and the Customer Satisfaction Variable with a percentage of 62% were all in the right group. Regarding the service quality value (X1), the beta or standard coefficient is obtained, which is 0.479, with a T count of 7,167, and $0.000 < 0.05$ as the significant level. Customer satisfaction (Y) is positively impacted by the service quality variable (X1). A standardized coefficient of 0.493 Using a significance The $0.000 < 0.05$ threshold is found Regarding the price value (X2). Customer satisfaction (Y) is positively impacted by the pricing variable (X2). Additionally, we discovered an Adjusted R Square value of 0,877, indicating that There is an 87.7% influence of the independent variable on the dependent variable. 12.3% was contributed by additional variables that this study did not look into.

Keywords: Cost, Customer Happiness, and Service Quality

Abstrak. Studi ini didasarkan pada masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif ini memanfaatkan metode asosiatif kausal (sebab akibat) dan survei. Ada dua jenis data yang digunakan: primer dan sekunder. Studi ini meneliti pelanggan Kopigo Padang. Metode penetapan sampel non-probabilitas digunakan untuk sampel penelitian yang mencakup seratus klien. Metode pengumpulan data melalui kuesioner, juga dikenal sebagai angket, yang menggunakan scale likert yang validitas dan reliabilitasnya diuji. Data penelitian ditangani menggunakan SPSS 26.00. Hasil studi menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan secara keseluruhan baik dengan presentase 55%, Variabel Harga berada dalam kategori yang baik dengan presentase 70%, dan Variabel Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori yang baik dengan presentase 62%. Untuk nilai kualitas pelayanan (X1), diperoleh koefisien beta atau standar, yaitu 0,479, dengan nilai T 7.167 dan signifikansi 0.000 adalah 0.05. Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Untuk nilai harga (X2), diperoleh koefisien standar, yaitu 0,493, variabel harga (X2) berdampak positif pada kepuasan pelanggan (Y). Signifikansi $0.000 < 0.05$. Selanjutnya, kami menemukan Nilai R Square yang Disesuaikan 0,877, yang menunjukkan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen adalah 87,7%. Variabel tambahan yang kontribusi sebesar tidak diteliti dalam penelitian ini 12,3%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Salah satu industri yang terus mengalami pertumbuhan yang cukup besar setiap tahun di Indonesia adalah industri pelayanan makanan dan minuman. Kebutuhan untuk memenuhi keinginan individu semakin meningkat seiring dengan perilaku konsumtif mereka, terutama dalam hal makanan dan minuman (Eldisha & Luturlean, 2020). Banyak bisnis di bidang makanan dan minuman muncul karena kebutuhan akan makanan dan

minuman terus meningkat seiring dengan populasi yang meningkat di Indonesia. Rifai (2023) mengklasifikasikan perusahaan pelayanan makanan dan minuman sebagai titik baru bisnis yang menjadikan makanan dan minuman sebagai fokus utama bisnisnya. Perusahaan-perusahaan ini termasuk restoran dan coffee shop. Saat ini, coffee shop bukan hanya tempat untuk meminum kopi tetapi juga tempat di mana orang berkumpul, baik pria maupun wanita, bahkan remaja. Coffee shop di Indonesia telah berkembang pesat, seperti di kota-kota besar, seperti Padang.

Semakin banyak coffee shop yang didirikan di Kota Padang karena permintaan dan keinginan masyarakat, sehingga persaingan antar coffee shop semakin ketat. Pemilik usaha coffee shop harus meningkatkan dan mempertahankan bisnis mereka agar tidak mengalami kerugian dengan meningkatkan kualitas pelayanan mereka dan menciptakan suasana toko yang menyenangkan agar pelanggan tetap ingin mengunjunginya. Kopigo adalah salah satu kedai kopi di Kota Padang. Kopigo berlokasi di Jl. Sawahan Dalam No.41, Sawahan, Kabupaten Padang Timur. Kopigo Padang, yang juga tersedia di Bukittinggi dan Payakumbuh,

Dengan tingkat persaingan yang meningkat di Kota Padang saat ini, Kopigo harus bertahan dalam pelayanan yang luar biasa kepada pelanggannya. Pelayanan yang luar biasa sangat penting untuk bisnis kopi agar pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan. Kedua unsur yang paling berpengaruh pada kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi bisnis untuk mempertahankan pelanggannya. Penjualan akan meningkat jika pelanggan menerima layanan yang memuaskan. Kotler, 2010:297 menyatakan Kualitas layanan pelanggan sebanding dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan ulasan pelanggan, penulis menemukan bahwa ada masalah dengan kualitas layanan, yang ditunjukkan oleh *Assurance, reliability* indikator kualitas layanan.

Kualitas pelayanan bukan satu-satunya cara untuk mengukur kepuasan pelanggan; harga menu di sebuah coffee shop juga sangat penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. Harga produk biasanya disesuaikan dengan situasi persaingan dan disesuaikan dengan persepsi pembeli. Oleh karena itu, harga didefinisikan sebagai "jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk", menurut Kotler & Armstrong (2019:63). Harga digunakan oleh konsumen untuk menganalisis apa yang mereka dapatkan, bagus dari pelayanan atau kualitas produk. Oleh karena itu, konsumen tidak akan puas jika harga tinggi tetapi layanan dan kualitas produknya buruk.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tanggapan pelanggan terhadap perbedaan antara kinerja produk atau jasa sebagaimana dilihat setelah pembelian dan harapan awal sebelum pembelian. (Tjiptono, 2014:311). Kepuasan pelanggan adalah hasil yang diterima pelanggan yang sesuai dengan harapan mereka.

Kualitas Pelayanan

Menurut Laksana (2019), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai berikut: Pelanggan menyatakan bahwa mereka sangat berkualitas atau terkejut apabila kenyataan yang mereka alami lebih dari yang mereka antisipasi, Jika kenyataan yang mereka terima lebih kecil atau tidak sesuai dengan harapan mereka, pelanggan merasa puas, dan jika kenyataan yang mereka terima lebih kecil atau tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, pelanggan berpendapat tidak puas. Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hal-hal seperti layanan yang diberikan kepada pelanggan, tetapi juga konsep yang mencakup berbagai elemen yang mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan dengan suatu organisasi atau entitas layanan.

Harga

Menurut Wijaya (2017), harga dapat berupa jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jumlah nilai yang ditukarkan dengan pembeli untuk memiliki atau memanfaatkan barang tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini tergolong jenis penelitian deskriptif yang menggunakan kuantitatif metode asosiatif kausal. Studi ini dilakukan di Kopigo Padang, yang berlokasi di Jalan Sawahan Dalam No.41, Sawahan, Kecamatan Padang Tim, Kota Padang, Sumatera Barat. Metode Komunikasi tidak langsung melalui kuesioner atau angket digunakan untuk pengumpulan data. Kuesioner adalah pertanyaan tertutup yang diberikan secara langsung kepada responden menggunakan skala likert.

4. HASIL PEMBAHASAN

Hasil

a. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan data variable Terdapat 15 item pernyataan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada 100 responden. Ada kemungkinan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dianggap baik karena kategori skor statistik dan nilai rata-rata hasil penelitian skor 55% pada interval 50 -60.

b. Deskripsi Data Variabel Harga

Data variabel harga dalam penelitian terdiri dari 8 item pernyataan, yang kemudian dibagikan kepada 100 responden. Berdasarkan kategori Dengan mempertimbangkan nilai rata-rata statistik dan skor dari hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap variabel harga sebesar 70%, dengan kategori baik pada rentang antara 26,6 dan 31,9.

c. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini mengandung 9 item pernyataan, yang kemudian dibagikan pada 100 responsif. Berdasarkan kategori skor penelitian dan rata-rata statistik nilai, dapat dikatakan bahwa analisis responden terkait dengan variabel kepuasan pelanggan sebesar 62%, berada antara 30 dan 36 dan berada dalam kategori baik.

Uji Persyaratan Analisis

Multikolinearitas, heterokedastisitas, dan normalitas adalah kriteria yang diperlukan untuk analisis. Untuk mengevaluasi normalitas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk variabel tersebut adalah Nilai residual berdistribusi normal, menurut uji normalitas, dengan nilai 0,200 atau nilai yang lebih besar dari 0,05. Uji heterokedastisitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), tidak ada gejala heterokedastisitas. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai sig untuk variabel Kualitas Pelayanan 0,514 melebihi 0,05, dan untuk variabel Harga 0,831 lebih tinggi dari 0,05. Dan uji multikolinearitas, nilainya toleransi 0,267 melebihi 0,10 dan VIF 3,744 kurang dari 10,00,. Hal ini menunjukkan multikolinearitas, atau korelasi yang tinggi, tidak terjadi antara variabel bebas.

Pengujian Hipotesis

Koefisien determinasi, koefisien regresi variabel, dan regresi linear berganda adalah beberapa contoh pengujian hipotesis. Hasil dari analisis regresi linear

menunjukkan bahwa nilai F hitung 346.925 sig. 0,000 < 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Koefisien Determinasi result analisis Nilai koefisien determinasi (R^2) ditunjukkan sebagai 0,877, yang menunjukkan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh sebesar 87,7% terkait dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan variabel tambahan memengaruhi 12,3% dari total. Koefisien Regresi Variabel, nilai Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien beta atau standar, yaitu 0,479 dengan T hitung (6.964) dan signifikan 0.000 kurang dari 0.05, yang menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) efek positif dan besar pada kepuasan pelanggan (Y). Penelitian Harga (X2) juga memiliki koefisien beta atau standar, yaitu 0,493 T hitung (7.167) dan signifikan 0.000 < 0.05, yang menunjukkan bahwa variabel Harga (X2)

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kopigo Padang mempunyai dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan, dengan nilai yang besar $0,000 < 0,05$ T hitung (6.964), menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah komponen terpenting dalam memperbaiki kepuasan pelanggan. Studi sebelumnya oleh Abram, Trilia bella, dkk (2023) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung" dan Reni Anjeli (2022) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Gaul Painan" juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek yang signifikan dan positif.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dengan demikian, harga mempengaruhi yang signifikan pada kepuasan pelanggan Kopigo Padang. Untuk menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga. Karena nilai signifikannya T dihitung, dan $0,000$ sama dengan $0,05$. (7.167), menunjukkan bahwa dampak positif dan penting dengan indikator harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, sesuai keuntungan, dan sesuai kemampuan atau daya saing. Dengan demikian, pelanggan mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk memenuhi kepuasan mereka saat berbelanja di Kopigo Padang. Studi sebelumnya oleh Ema Tawakkal et al. (2021), "Pengaruh Harga dan Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada

Kafe Layar Gading Kota Sorong)," menemukan bahwa faktor harga yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Didasarkan hasilnya, analisis ini mengindikasikan variabel kualitas pelayanan dan harga adalah salah satunya komponen yang berdampak kepuasan pelanggan. Ini terbukti dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai korelasi R sebesar 0,937, yang menunjukkan korelasi yang kuat. Dengan nilai R square sebesar 0,877, kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 87,7%, dan sisa 12,3% dianggap sebagai kontribusi yang tidak signifikan. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nurmasari Pane et al. (2018) yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan", yang menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Sidempuan Medan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan memiliki korelasi positif, menurut uji regresi linear berganda. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, temuan ini sesuai dengan studi sebelumnya yang menekankan betapa pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat pelanggan puas. Pengaruh bersama kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan: Uji regresi berganda menekankan bahwa harga dan kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan besar satu sama lain, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya. Dengan mempertimbangkan harga menu yang ditawarkan kepada pelanggan Kopigo Padang, Nilai signifikansinya adalah 0,000, sehingga kepuasan pelanggan lebih tinggi daripada harga.

Saran

Studi lanjutan tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang berdampak kepuasan pelanggan sebagai promosi, produk, media sosial, dan bukti fisik (*physical evidence*).

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abram, T. B. B., dkk (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Productivity*, 4(1), 1-5.
- Anjeli, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Gaul Painan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16572-16580.
- David Wijaya. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Eldisha, J., & Luturlean, B. (2020). Pengaruh Pelatihan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di Rumah Makan Bulan Selakau Kalimantan Barat. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Kotler, Philip. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller.(2015). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller(2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, Buku 1, USA: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed*, Prentice Hall: Jakarta.
- Laksana, Fajar. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama.
- Nurmasari Pane, Dewi (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Rifai, Muhammad Syakib Asqalani. (2023). Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan Food and Beverage Service dan Pengembangan Destinasi Wisata (Bab 6. Industri Pelayanan Food and Beverage). Bali: Intelektual Manifes Media.
- Tawakkal, Ema, dkk. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Perkusi*, 1(3).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta:Andi.