



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang

^{1*}Avantie Sukarsa, ²Mahnun Mas'adi

avantiesukarsa@gmail.com¹ dosen01017@unpam.ac.id²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Dikirim 11 Januari 2024 | Direvisi 23 Januari 2024 | Diterima 31 Februari 2024

*Korespondensi Penulis

Abstract

This research is to determine the influence of Service Quality and Price both partially and simultaneously on Customer Satisfaction at Sava Kopi Pamulang. The research is descriptive quantitative with hypothesis testing. The population in this research is Sava Kopi Pamulang customers and the number of saturated samples is 84 customers in 2023. Data collection methods are through questionnaires with a Likert scale, observation and literature study. Data analysis techniques: Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Simple Linear Regression Analysis, Multiple Linear Regression Analysis, Determinant Coefficient Test, Partial Test (t Test), and Simultaneous Test (F Test). Research results obtained: (1) There is a positive and significant influence between service quality on Sava Kopi Pamulang customer satisfaction. Linear regression model $Y = 19.762 + 0.305 0.001 < 0.05$. (2) There is a positive and significant influence between price on customer satisfaction at Sava Kopi Pamulang. Simple linear regression model $Y = 17.886 + 0.469 0.05$. (3) There is a positive and significant influence between service quality and price simultaneously on Sava Kopi Pamulang customer satisfaction. Multiple linear regression model $Y = 16.834 + 0.210X1 + 0.152 0.001 < 0.05$ and the coefficient of determination value is 24%.

Keywords: Service Quality; Price; Consumer Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sava Kopi Pamulang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh dan diperoleh sampel sebanyak 84 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Sava Kopi Pamulang dan jumlah sampel jenuh berjumlah 84 pelanggan pada tahun 2023. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala Likert, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 36,4% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,541 > 1,98969)$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 40,2% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,024 > 1,98969)$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 16,834 + 0,210X1 + 0,152 X2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 48,9% sedangkan sisanya sebesar 51,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(12,761 > 3,11)$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat,

baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang telah berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis popular



catering (cafe, coffee shop, toko roti/ bakery dan steak house). Banyaknya bisnis di bidang kuliner yang kini dihadapkan pada masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya bisnis restoran.

Dalam berbisnis kuliner, khususnya restoran maupun cafe, yang perlu diperhatikan yaitu bukan hanya soal rasa, tetapi juga keunggulan produk, pelayanan, dan harga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha restoran. Urusan rasa, itu sudah menjadi hal mutlak. Kemudian, keunggulan lain yang harus ditonjolkan misalnya penyajian makanan dan minuman yang menarik, promosi yang menggiurkan, dan beberapa hal lainnya (Rahayu, 2018). Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang (Susanto, 2019:128).

Pada saat ini, daerah Pamulang telah

Tabel 1: Omzet dan Jumlah Pelanggan Sava Kopi Pamulang Tahun 2021 - 2023

Tahun	Target	Relisasi	Percentase	Jumlah Pelanggan
2021	400.000.000	306.728.000	77%	92
2022	400.000.000	358.361.000	90%	103
2023	400.000.000	321.623.000	80%	84

Sumber: Sava Kopi Pamulang

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat bahwa omzet dan jumlah pelanggan Sava Kopi Pamulang selama Tahun 2021 – 2023 mengalami fluktuatif di 3 tahun terakhir. Hal ini bermakna bahwa terjadi fluktuasi kunjungan pelanggan diakibatkan karena adanya covid-19 dan kurang baiknya pelayanan sehingga banyak pelanggan merasa tidak puas. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka Sava Kopi Pamulang harus menciptakan suatu strategi untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan juga memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggan. Jadi perlu dipikirkan cara-cara yang efektif untuk dapat memenangkan persaingan menjadi prioritas utama. Kepuasan pelanggan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan tentang persepsi dan harapannya terhadap apa yang diperoleh.

Metode

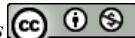
<https://journal.lap4bangsa.org/index.php/jmef/index>

banyak berdiri kedai kopi mulai dari kedai jalanan hingga *cafe* sekelas Starbucks. Salah satu contoh Sava Kopi Pamulang. Sava Kopi ini beralamat di Ruko Pamulang Blok SH 22/18A Pertokoan, Jl. Pamulang Permai, Pamulang Barat. Kec Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Letak kedai ini dapat dikatakan cukup strategis dan mudah dijangkau.

Begitu juga yang dirasakan oleh Sava Kopi Pamulang dalam mempertahankan pelanggan melalui berbagai upaya yang telah dilakukan untuk tetap bertahan survive di masa ini, disamping harus menghadapi persaingan yang sangat ketat diantara usaha kuliner lainnya. Cara yang harus ditempuh Sava Kopi Pamulang dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitas nya. Namun dalam melakukan strateginya, Sava Kopi Pamulang akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung pelanggan yang selalu menuntut kepuasan atas semua yang diberikan Sava Kopi Pamulang. Berikut data omzet Sava Kopi Pamulang tahun 2021 - 2023:

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh disiplin dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Populasi dan sampel adalah pelanggan kopi yang berjumlah 84 orang pengumpulan data menggunakan data primer yang disebarluaskan melalui kusioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinieritas), uji regresi ganda, uji t, uji F

Copyright © pada Penulis



dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

Sava kopi pamulang adalah sebuah bisnis dibidang jasa penjualan makanan dan minuman berbasis bahan kopi sesuai dengan nama brandnya yang di dirikan oleh tiga bersaudara yaitu Andre, evans, & daniel.

Didirikan pada tahun 2021, tiga bersaudara tersebut membangun sava karena menjawab keresahannya untuk bikin usaha di bidang makanan dan minuman terutama dengan menu andalan kopi susu gula aren dengan menciptalan nuansa baru dalam konsep design fail pre-indrustial menghadap langsung ke tepi danau, memiliki sebuah nuansa yg baru untuk sebuah coffeeshop dipamulang terdiri dari 4 area outdoor dan indoor memiliki 120 kapasitas untuk tamu singgah di coffeeshop tersebut, sava kopi sendiri memiliki slogan #bergurauditipidanau

Slogan tersebut sengaja dibuat karena memang coffeeshop pertama dipamulang yg langsung menawarkan suasana yg cukup memanjakan mata pada waktu senja selain itu sava kopi sendiri menawarkan berbagai macam menu makanan dan minuman yang tidak hanya kopi saja

Visi dan Misi Sava Kopi Pamulang

Visi Sava Kopi Pamulang

Menjadikan pilihan utama coffeeshop yg menyajikan variant menu yg beragam dengan nuansa pemandangan menghadap langsung ke danau

Misi Sava Kopi Pamulang

Menciptakan pasar baru di dunia perkopian didaerah pamulang yg memiliki konsep fail pre-indrustial ruko dan membuat loyalty customers nya ramai dan nyaman untuk singgah di coffeeshop

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini disampaikan hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan dengan perincian sebagai berikut:

Pengujian validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan
Tabel 2: Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Kualitas Pelayanan

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KP.1	0.636	0.2146	Valid
KP.2	0.609	0.2146	Valid
KP.3	0.657	0.2146	Valid
KP.4	0.816	0.2146	Valid
KP.5	0.751	0.2146	Valid
KP.6	0.759	0.2146	Valid
KP.7	0.706	0.2146	Valid
KP.8	0.233	0.2146	Valid
KP.9	0.260	0.2146	Valid
KP.10	0.573	0.2146	Valid

Sumber: pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 84 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,050 dengan

ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 84 - 2 = 82$ maka didapat r_{tabel} sebesar 0.2146. Dari tabel diatas menunjukan pertanyaan-pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0,050.



Pengujian validitas untuk variabel Harga

Tabel 3: Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Harga

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
H.1	0.551	0.2146	Valid
H.2	0.575	0.2146	Valid
H.3	0.544	0.2146	Valid
H.4	0.529	0.2146	Valid
H.5	0.614	0.2146	Valid
H.6	0.513	0.2146	Valid
H.7	0.524	0.2146	Valid
H.8	0.540	0.2146	Valid

Sumber: pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Harga dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan

dengan nilai r hitung $>$ r tabel, $(n-2) = 84 - 2 = 82$ yaitu 0.2146. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Pengujian validitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4: Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Kepuasan Pelanggan

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KK.1	0.592	0.2146	Valid
KK.2	0.642	0.2146	Valid
KK.3	0.632	0.2146	Valid
KK.4	0.768	0.2146	Valid
KK.5	0.716	0.2146	Valid
KK.6	0.846	0.2146	Valid
KK.7	0.783	0.2146	Valid
KK.8	0.710	0.2146	Valid

Sumber : pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung $>$ r tabel, $(n-2) = 84 - 2 = 82$ yaitu 0,2146. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pekerjaan dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliable, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil reliabilitas instrument :

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 5: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,868	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan dikatakan reliable, karena cronbach's alpha lebih besar dari pada

0,60, yaitu $0,868 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 10$ taraf signifikan 5%.

Uji Reliabilitas Variabel Harga

Tabel 6
Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,667	8

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa variabel Harga dikatakan reliable, karena *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60,

yaitu $0,667 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 8$ taraf signifikan 5%.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 7: Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	8

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dikatakan reliable, karena *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60, yaitu $0,858 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 9$ taraf signifikan 5%.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas untuk setiap variabel dilakukan dengan melihat titik-titik sebaran data. Data variabel dikatakan terdistribusi normal jika data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

Tabel 8: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	84
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	4,52787304
Most Extreme Differences	
Absolute	,122
Positive	,082
Negative	-,122
Test Statistic	,122
Asymp. Sig. (2-tailed)	,162 ^c

a. Test distribution is Normal.

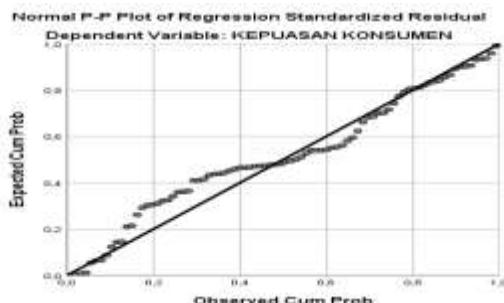
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai signifikan (2-tailed) sebesar 0,162. Karena dikatakan signifikan apabila lebih dari 0,050

($0,162 > 0,050$) artinya data tersebut berdistribusi normal.

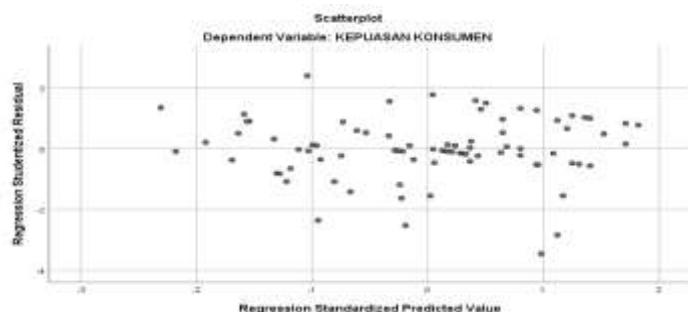


Gambar 1: P-Plot Uji Normalitas

Pada normalitas plot P-P plot prinsipnya normalitas dapat didekati dengan penyebaran melihat penyebaran-penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: data diolah ,2023

Gambar 2: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 4.3 *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) masing-masing terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilakukan dengan uji statistic uji t (uji parsial).

Bila hasil yang diperoleh positif:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun ketentuan t_{tabel} diperoleh dengan cara membandingkan jumlah sampel dengan taraf signifikan. Dan dengan rumus : $t_{tabel} = (\text{tingkat kepercayaan dibagi } 2 : \text{jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurang } 1)$ atau jika ditulis dalam bentuk rumus data yang diperoleh peneliti, maka : $t_{tabel} = (0,05/2:84-2-1)$
 $t_{tabel} = (0,025;81)$

Kemudian bila pada distribusi nilai t_{tabel} $df = 81$ pada kolom 0,025 maka ditemukan nilai t_{tabel} sebesar 1,98969.

Uji Hipotesis parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H_01 : Tidak terdapat pengaruh yang

signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
1 (Constant)	19,762	3,483		5,674	,000
KUALITAS PELAYANAN	,305	,086		,364	3,541 ,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,541 > 1,98969)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,001 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis parsial untuk variabel Harga

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang

H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 10: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
1 (Constant)	17,886	3,576		5,002	,000
HARGA	,469	,118		,402	3,976 ,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,976 > 1,98969)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya

(Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap variabel dependen nya (Kepuasan Pelanggan). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai krisis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan



antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus F tabel yaitu:

$(df = k-1) = df_1 = 3-1 = 2$ dan $(df_2 = n - k) = 84 - 3 = 81$

Dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $F_{tabel} = 3$, dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

Tabel 11: Hasil Uji Simultan (Uji F)
Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	268,087	12,761	,000 ^b
	Residual	81	21,008		
	Total	83			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji Anova diatas diperoleh nilai $F_{hitung} 12,761$ lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau ($F_{hitung} 12,761 > 3,11 F_{tabel}$) dan ($F_{signifikansi} 0,000 < 0,05$). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang.

Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiayadi (2018:144), menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten". Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsi baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsi buruk atau tidak memuaskan. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak

kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila manajemen perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t Variabel penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 3,541$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98969$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan, Adriansyah dan Gultom (2021) bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Variabel Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelanggan sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk. Bila suatu produk mengharuskan pelanggan mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai negatif. Pelanggan mungkin akan menganggapnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk



tersebut. sebaliknya jika manfaat yang diperoleh lebih besar maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai positif . Jadi semakin tinggi barang yang dibeli maka semakin kecil permintaan terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t Variabel penelitian Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 3,976$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98969$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Nur dan Fadili (2021) bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai $F_{hitung} 12,761$ lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ atau ($F_{hitung} 12,761 > F_{tabel} 3,11$) dan ($F_{signifikan} 0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang.

Simpulan

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 3,369$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98969$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang.
2. Secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 3,024$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98969$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,003 < 0,05$ maka

H_2 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang.

3. Secara Simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang dengan menunjukkan $F_{hitung} 7,515$ lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikan $0,001$ lebih kecil dari $0,05$ atau ($F_{hitung} 7,515 > F_{tabel} 3,09$) dan ($F_{signifikan} 0,001 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Pelanggan dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, Farid, dan Rudy Haryanto. Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.
- G.R. Terry dalam R.Supomo dan Eti Nurhayati. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Management. Edisi 15, Global Edition United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga

- Robbins, Stephen. Coulter. Mary. 2016. Management, 11th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Saptutyningsih, E. and E. Setyaningrum. 2019. Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Yogyakarta: Gosen.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sugiyono (2019). Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset.
- Abdul Rozak, Mahnun Masádi (2024). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Yasmin Karawaci Tangerang. Jurnal JUMANDIK, LP4B, Vol.2, No.2, Februari 2024, E-ISSN: 2963-2684, P-ISSN: 2963-8755. <https://journal.lap4bangsa.org/index.php/jumandik/article/view/59/57>
- Ade Ratnasari (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Salon Cantik). Jurnal KREATIF, Universitas Pamulang, Vol.4, No.1, Oktober 2016, E-ISSN: 2406-8616, P-ISSN: 2339-0689. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/72>
- Agus Dwi Cahya, Annisa Widilia Rahmawati dan Arista Fajar Ningsih (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. Jurnal Pemasaran Kompetitif, Universitas Pamulang, Volume 5, Nomor 1, Oktober 2021, Hal 13-26, , P-ISSN: 2598-0821, E-ISSN: 2598-2893, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/11055>
- Ahmad Maulana Irfanudin (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Studi kasus pada XL Center PT XL Axiata Tbk.). Jurnal Ilmiah Semarak, Universitas Pamulang, Vol.2, No.1, Februari 2019, Hal 1-20, E-ISSN: 2622-3686, P-ISSN: 2615-6849. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/2662>
- Andri Priadi dan Styo Budi Utomo (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Sampurna Laundry. Jurnal Ilmiah Semarak, Vol.4, No.3, Oktober 2021, Hal 30-44, E-ISSN: 2622-3686, P-ISSN: 2615-6849. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/13411>
- Cholid, Idham. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Tiket Garuda Di PT. Totogasono Sekawan Samarinda Tahun 2016). Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.12 No.1 Januari 2018 Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
- Deni Kurniawan, Mahdi Adriansyah dan Irfan Sudarso Gultom (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Mr. Head Slipi II Jakarta. , Jurnal HUMANIS, Universitas Pamulang, Vol.1, No.2, Juni 2021, Hal: 313-324, E-ISSN: 2746-2250, P-ISSN: 2746-4482. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11312>
- Paradilla Teana dan Ahmad Jamil (2021). Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Andriyani Jaya Abadi (PAM) (Studi Kasus Di RW 2 Kelurahan Klamasen Kabupaten Sorong). Jurnal PERKUSI, Universitas Pamulang, Volume 1, Nomor 3, Juli 2021, E-ISSN: 2776-1568, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIPER/article/view/11144>
- Riri Oktarini (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. Jurnal Sekretari/Administrasi Perkantoran, Universitas Pamulang, Vol.6, No.2, Juni 2019. E-ISSN: 2614-



5456, P-ISSN: 2354-6557.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Sekretaris/article/view/5541>

Yumelin Adelina Sinaga, Feb Amni Hayati dan Uswatun Chasanah (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan. Jurnal FEASIBLE, Universitas Pamulang, Vol.3, No.1, Februari 2021, Hal 55-61. E-ISSN: 2656-1964, P-ISSN: 2655-9811,
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/9152>