



Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Wai Teman Minum Kamu Di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara

Ahsani Paramita Ismail^a, Klarita Belo Pandung^b, Samuel Randy Tapparan^{c,*}

a. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

b,c. Universitas Kristen Indonesia Toraja

*Corresponding author email address: samuelranditapparan@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: price, service quality and customer satisfaction.	<i>This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at Cafe "Wai Teman Minum Kamu" in Rantepao District, North Toraja Regency. The type of research used in this research is descriptive quantitative research using multiple regression analysis techniques. The data collection method is by using a questionnaire / questionnaire. The population used are consumers who have come to Wai Teman Minum Kamu Cafe, while the method used to determine the number of samples is using the Slovin formula as many as 65 people. The results of the study stated that price had a significant effect on customer satisfaction, while service quality had no significant effect on customer satisfaction.</i>
Kata Kunci: harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe "Wai Teman Minum Kamu " di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Metode Pengumpulan data yaitu dengan menggunakan angket / kuosien. Populasi yang digunakan adalah para konsumen yang pernah datang di Café Wai Teman Minum Kamu, sedangkan metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin sebanyak 65 orang. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di masa kini telah berkembang dengan pesat. Sehingga memungkinkan suatu negara menjual jasa dan barang dengan mudah yang menyebabkan terjadinya persaingannya semakin ketat. Banyaknya masyarakat yang membuka usaha menyebabkan terjadinya persaingan. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini ialah bisnis produk minuman. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini ialah bisnis produk minuman. Jumlah produk dan merek yang bersaing dalam pasar menjadi semakin banyak sehingga konsumen memiliki berbagai macam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya serta berhak dalam memilih sesuai yang diinginkan konsumen. Akan tetapi untuk produsen, ini merupakan suatu ancaman karena ketika produk barang dan jasa yang ditawarkan semakin banyak pada konsumen maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan yang sering terjadi adalah persaingan di bidang bisnis makanan dan minuman. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya usaha-usaha baru maupun yang sudah lama yang hadir dengan kelebihan dan keunggulan masing-masing.

Usaha kuliner yang ada di Toraja Utara saat ini sudah sangat berkembang pesat. Dapat dilihat disepanjang jalan kota Rantepao ada saja tempat wisata kuliner yang menarik untuk dikunjungi. Sebagian tempat kuliner yang banyak dikunjungi adalah yang berbentuk cafe, dimana pengunjung bisa lebih santai untuk berlama-lama menghabiskan waktu dari rutinitas. Hal tersebut menjadi pendorong setiap pemilik cafe menyediakan fasilitas yang nyaman dan lengkap untuk pengunjung. Pemilik café tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, bahkan di kota Rantepao saat ini banyak menawarkan fasilitas pendukung lain untuk memberikan kenyamanan pada konsumennya, seperti wi-fi dan live music. Besarnya peluang tersebut memunculkan ide dari pengusaha lokal untuk membangun wisata kuliner yang kemudian diberi nama wai temanminumkamu yang berada di jalan Ratulangi (halaman PT Sulo) Kota Rantepao.

Salah satu keunggulan dalam persaingan café saat ini adalah harga yang ditawarkan untuk beberapa produk minuman mudah dijangkau untuk setiap kalangan dan juga kualitas pelayanan yang diberikan yang dapat menarik konsumen. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Yuliana (2018) yang mengatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Café Wai Teman Minum Kamu menawarkan produk minuman kopi, boba, milkshake dan tea series dengan beberapa varian rasa yang harganya mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat. Begitupun dengan kualitas pelayanan yang baik diterapkan pada Café Wai Teman Minum Kamu sehingga memberikan kenyamanan kepada konsumen. Akan tetapi ketika keadaan sedang ramai maka pemesanan akan memakan waktu yang lebih lama karena minimnya karyawan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis akan meneliti tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Wai Teman Minum Kamu pada Kecamatan Rantepao di Kabupaten Toraja Utara.

Kajian Pustaka

Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2004:430) juga mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk dan jasa tersebut. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanannya (Swastha, 2007:147). Menurut Saladin (2007:95) harga merupakan sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa dan dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga sering dikaitkan dengan permintaan dimana muncul hukum permintaan yang berbunyi makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap harga tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2006).

Pengertian Pelayanan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Defenisi pelayanan itu sendiri merupakan upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industry untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercipta kepuasan (sugiarto,2002:216). Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (dalam Laksana, 2008:85).

Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasar dan langganan.

Dasar- dasar pelayanan yang harus dimiliki oleh seorang karyawan atau pelayan adalah sebagai berikut:

1. Berpakain dan berpenampilan bersih dan rapi.
2. Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
6. Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

Adapun pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik Konsumen ingin dilayani prima, oleh karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.
2. Tersedianya karyawan yang baik Kenyamanan konsumen tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik, disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar
3. Bertanggung jawab kepada konsumen sejak awal hingga selesai. Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Layana yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tentunya dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
5. Mampu berkomunikasi Petugas harus mampu berbicara kepada setiap konsumen dan memahami keinginan konsumen, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
6. Berusaha memahami kebutuhan konsumen Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 7.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008:59) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan merupakan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan pelayanan merupakan hal, cara atau melayani, menyediakan segala apa yang diperlukan orang (Payne, 2000:49).

Pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting untuk kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan. Perusahaan jasa yang bergerak dibidang makanan dan minuman harus terus berusaha untuk dapat mengembangkan kualitas pelayanannya dengan baik, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, dengan begitu pelanggan akan tetap setia datang ke Cafe ini. Pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan pesan yang diterima dari penjual, orang lain, teman dan sumber informasi yang lain. Jika

penjual meningkatkan suatu produk yang sangat berlebihan dan pelanggan tidak dapat merasakan kepuasan itu maka pelanggan akan mengalami harapan yang sia-sia. Semakin tinggi tingkat kesenjangan, harapan dan mutu semakin besar ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan pasca pembelian menunjukkan bahwa penjual harus mengajukan klaim produk yang benar-benar diterapkan dalam mutu produk tersebut. Perusahaan harus dapat mengambil keputusan untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan pasca pembelian lalu menggantinya dengan kepuasan yang lebih dari produk pelayanan yang diberikan. Sehingga mereka dapat memuaskan kebutuhan pelanggan secara utuh. (Dikutip dari jurnal Catrina Nora. 2015).

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan satu elemen yang sangat penting dalam menilai kualitas pelayanan dengan mengukur sejauh mana respon konsumen setelah menerima produk dan jasa tersebut. Secara teori, kepuasan dapat didefinisikan sebagai suatu reaksi konsumen terhadap pelayanan yang telah diterima dan dinilai berdasarkan pengalaman yang telah dialami konsumen. Selain itu, kepuasan juga harus mempertimbangkan apa yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan memberi sebuah penilaian tentang suatu yang sudah mereka dapatkan. Menurut (Rangkuti 2006) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dari kepuasan konsumen yang dirasakan setelah merasakannya.

Teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Apabila dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas dan sebaliknya apabila pelanggan memenuhi harapannya maka pelanggan akan merasakan puas. Tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

Menurut (Tjiptono 20014) ada 2 model kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Model kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang actual.

Menurut Kotler metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan mereka.

2. Pembeli Bayangan (Ghost Shopping) Yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.
3. Analisis Konsumen Beralih (Lost Customer Analysis) Sedapat mungkin perusahaan seharusnya para konsumen yang telah beralih keperusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan kebaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survey Kepuasan Pelanggan Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan yang ideal dan actual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu :

1. Mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai yang ideal.
2. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

b. Model efektif

Model efektif merupakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (learning behavior), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (mood) dan lain-lain.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Indikator dalam pengukuran kepuasan pelanggan menurut (Keillor et al 2012) :

1. Recommendation adalah merekomendasikan produk yang sudah dibeli kepada konsumen lainnya.
2. Intention adalah niat untuk pembelian ulang.
3. Say good things adalah mengatakan hal yang baik setelah membeli.

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya bermuara pada nilai yang akan diberikan kepada pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan pelayanan yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.

Jika pelayanan gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika pelayanan sesuai ekspektasi pelanggan akan puas. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses pelayanan jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Karena berbagai faktor, seperti subjektivitas yang dipersepsikan konsumen dan pemberi jasa, maka jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan konsumen (Lupiyoadi 2013).

Dari beberapa definisi di atas dapat penulis simpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa dari konsumen setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu kuliner dengan performa dari kuliner itu sendiri.

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan jasa. Dengan terciptanya Kualitas Pelayanan yang baik maka harga yang diberikan produsen tidak akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 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, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap.

Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan - kegiatan dalam suatu bidang usaha atau perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Maka dalam memberikan kepuasan pada konsumen harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang, bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja hasil suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas konsumen meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas.

Menurut Ria et al (2014) harga berperan penting dalam menentukan suatu produk sangat fundamental, karena harga suatu produk dapat membuat

konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Menurut Lupiyoadi (2001:158) dalam menentukan kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, 2 diantaranya:

- a. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan.
- b. Harga, produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Pembahasan
1.	Yuliana (2018)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Little White Cafe Kota Bandung	Hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Menggunakan Metode analisis jalur path Analysis, Analisis korelasi Uji Hipotesis, Uji T, Uji F dan Analisis Koefisien Determinasi.
2.	Runtunuwu dkk (2014)	Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado	Hasil penelitian menunjukkan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menggunakan Metode teknik analisis regresi linear berganda.
3.	Gulla dkk (2015)	Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace In	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menggunakan metode

			penelitian asosiatif dan teknik analisis Regresi Linear Berganda.
4.	Windarti dan Ibrahim (2017)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menggunakan metode penelitian Analisis Regresi Berganda.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan ataupun menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk membuat suatu kesimpulan yang lebih luas. Metode kuantitatif merupakan suatu proses untuk menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang diketahui. Jenis penelitian yang digunakan adalah survey yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan membuat kuesioner yang berisi beberapa pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk sampel dari sebuah populasi menggambarkan tentang bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Wai Teman Minum Kamu di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk melakukan prediksi pada permintaan yang akan datang yang berdasarkan pada data pada masa lampau yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari satu atau lebih variabel independen terhadap variable dependen Siregar (2013:405).

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk menghubungkan pengujian variable-variabel yang digunakan. Peneliti menggunakan model penelitian corrected item total correlation. Jika corrected item correlation besar dari 0.36 maka dapat dinyatakan valid, akan tetapi jika

kecil dari 0.36 maka dinyatakan tidak valid. Butir pernyataan tidak valid tidak akan digunakan pada variabel penelitian (Ghanimata & Kamal, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan sebuah pengujian pengukur jajak data yang terdiri dari indikator pencapaian dan beberapa variabel. Menurut Sekaran (2003) untuk menguji reliabilitas digunakan rumus Cronbach Alpha dengan keandalan 1.0 semakin baik, jika kurang 0.60. Mendekati 0.70 bisa diterima sedangkan 0.80 adalah baik.

Berikut ini merupakan fungsi persamaan umum yang akan diestimasi pada penelitian ini:

$$Y = a + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Pelanggan (Variabel terikat)
a	: Bilangan Konstan
α_1, α_2	: Koefisien Variabel
X_1	: Harga (Variabel bebas 1)
X_2	: Kualitas Pelayanan (Variabel bebas 2)
e	: Kesalahan Pengganggu

3. Uji T (secara parsial)

Uji t merupakan pengujian signifikan pada setiap variabel independen. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Dilakukannya uji t ini untuk melihat bagaimana nilai probabilitas t-statistik dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar dalam pengambilan keputusan pada uji t yaitu:

1. H_0 tidak diterima, jika nilai probabilitas >0.05 . maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. H_a diterima, jika nilai probabilitas $<0,05$. maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinan

Koefisien determinan (R^2) Merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan dari model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Nilai dari koefisien determinan yaitu antara 0-1. Nilai dari r^2 yang kecil menandakan kemampuan dari variabel setiap independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, dan begitupun sebaliknya apabila nilai semakin mendekati 1 hal ini menunjukkan variabel independen menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali 2012).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variable dapat diidentifikasi. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara score angket dengan score keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2 = 65-2 = 63$ sebesar 0,244. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variable harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Café Wai Teman Minum Kamu dapat dilihat dibawa ini.

1. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada konsumen Café Wai Teman Minum Kamu yang merasakan kepuasan konsumen, didapatkan hasil uji validitas variabel harga seperti pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Harga (X_1)

NO	PERNYATAAN	Corrected Item -Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1.	Harga produk (menu) yang ditawarkan pada Café Wai Teman Minum terjangkau bagi saya	0,745	0,244	VALID
2.	Saya membeli produk (menu) Café Wai Teman Minum karena harga yang ditawarkan lebih murah dari café lain.	0,659	0,244	VALID
3.	Menu yang ditawarkan Café Wai Teman Minum cukup bervariasi	0,578	0,244	VALID
4.	Harga produk yang ditawarkan Café Wai Teman Minum sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	0,701	0,244	VALID
5.	Harga produk yang ditawarkan selalu konsisten	0,669	0,244	VALID

1. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada konsumen Café Wai Teman Minum Kamu yang merasakan kepuasan konsumen, didapatkan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan seperti pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

NO	PERNYATAAN	Corrected Item -Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1.	Fasilitas yang ada di kafe sudah lengkap dan bersih	0,624	0,244	VALID
2.	Proses pembuatan menu lebih cepat dibandingkan tempat lain	0,579	0,244	VALID
3.	Barista dengan tanggap memenuhi kebutuhan pelanggan	0,836	0,244	VALID
4.	Karyawan selalu menunjukkan rasa percaya diri dan sikap siap melayani/membantu pelanggan	0,743	0,244	VALID
5.	Karyawan sopan dan ramah dalam melayani pelanggan	0,661	0,244	VALID

2. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada konsumen Café Wai Teman Minum Kamu yang merasakan kepuasan konsumen, didapatkan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen seperti pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	Corrected Item - Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya Merasa Puas dengan berbagai macam produk yang tersedia di Café Wai Teman Minum Kamu	0,750	0,244	VALID
2.	Saya merasa Puas dengan harga produk yang ditawarkan di Café Wai Teman Minum Kamu	0,655	0,244	VALID
3.	Saya merasa Puas produk dengan harga yang ditawarkan sesuai	0,564	0,244	VALID

	dengan kebutuhan dan terjangkau bagi konsumen			
4.	Saya merasa Puas dengan kinerja pegawai cekatan dan tanggap di Café Wai Teman Minum Kamu	0,660	0,244	VALID
5.	Saya merasa Puas dengan keramahan pegawai Café Wai Teman Minum Kamu dalam melayani konsumen	0,652	0,244	VALID

1. Uji Reabilitas

UJI REABILITASI HARGA (X₁)

Tabel 4.9
Hasil Reabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	5

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu $0,679 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel harga (X₁) reliabel.

UJI REABILITASI KUALITAS PELAYANAN (X₂)

Tabel 4.10
Hasil Reabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	5

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu $0,717 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₂) reliabel.

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.606	.448		1.354	.181
Harga	.956	.027	.978	35.687	.000
Kualitas Pelayanan	.009	.027	.009	.340	.735

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4.2 dengan mengamati baris, kolom t dan sig. Bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Variabel Harga (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (X₂)

Variabel harga (X₁) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wai Teman Minum Kamu. Hal ini terlihat dari signifikan pengaruh harga (X₁) $0,000 < 0,05$.

Nilai $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 65-2-1) = (0,025; 62) = 1,99897$. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($35,687 > 1,99897$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kualitas pelayanan (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Wai Teman Minum Kamu. Hal ini terlihat dari signifikan kualitas pelayanan (X₂) $0,735 > 0,05$

Nilai $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 65-2-1) = (0,025; 62) = 1,99897$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,340 < 1,99897$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Uji Koefisien Determinasi

Table 4.12
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.501 ^a	.481	.493	.866

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R Square sebesar 0,481. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 48,1% sisanya 51,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan persoalan penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Wai Teman Minum Kamu, berikut ini adalah penjelasannya :

Dari tabel uji validitas dapat diketahui bahwa variable harga dan kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen mempunyai r hitung yang lebih besar dari pada r table, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Dari tabel uji realibilitas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji realibilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Dari uji parsial (t), tingkat harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti harga yang ditawarkan dapat dijangkau sepenuhnya oleh konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Runtunuwu dkk (2014), Gulla dkk (2015) dan Yulianti (2018) yang mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini bertentangan beberapa hasil penelitian sebelumnya sebagaimana dikemukakan oleh Runtunuwu dkk (2014), Gulla dkk (2015), Windarti dan Ibrahim (2017) dan Yuliana (2018) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R Square sebesar 0,481. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 48,1% sisanya 5,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa tingkat harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café Wai Teman Minum Kamu. sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café Wai Teman Minum Kamu.

Daftar Pustaka

- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFÉ). *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga ,Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keupasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.) Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler & Armstrong 2004. Principles of Marketing Global 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 12. PT Indeks, Jakarta.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.
- Payne, Adrian, (2000), Pemasaran Jasa, Cetakan I, Edisi I, Penerbit Andi offset, Yogyakarta.
- Ria, Indhryani. (2014). Ukur Tingkat Kepuasan Pengguna, iPhone 5S Duduki Peringkat Pertama. p. diunduh dari <http://bandung.bisnis.com/>.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA CAFE DAN RESTO CABANA MANADO*. 2(3), 1803–1813.
- Saladin, Djaslim. 2007. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. CV. Linda Karya, Bandung.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2004. Service Management, Mewujudkan Pelayanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2005. Strategi Pemasaran. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Yogyakarta: Andi.Sembiring,
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

Yuliana. (2018). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LITTLE WHITE CAFÉ KOTA BANDUNG*. 2(2), 9–19.

Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>

