

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PENGUNJUNG CAFE CUCI MULUT DEPOK)**

Oleh

Joy Hendrick Wittsdy As¹⁾, Raden Ajeng Dhea Ayu Salsabila²⁾, Diah Renno Sulistyoyo P³⁾,
Rizki Nurul Nugraha⁴⁾

^{1,2,3,4}Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Email: 1joyhendrick@gmail.com

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of Price, Product and Service Quality on Customer Satisfaction Caffe Washing Mouth Depok. In this study, the data collection method used a survey method with the instrument of distributing questionnaires as many as 100 samples to 100 customers who visited the Caffe Washing Mouth Depok. Analysis of the data in this study using the help of SPSS. The testing techniques of this study include the Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, and Multiple Linear Analysis Test. The results showed that price, product and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction by using quantitative research methods.

Keywords: Price, Product, Service Quality, Customer Satisfaction, Depok Mouthwash Caffe

PENDAHULUAN

Restoran, kafe, dan tempat makan di kota ini berkembang pesat, termasuk Cafe Cuci Mulut yang menjadi destinasi kuliner warga Depok. Berbagai jenis makanan dan minuman dijual dengan harga yang berbeda. Tempat yang nyaman dan rasa makanan dan minuman yang enak adalah salah satu tujuan pembeli. Banyak orang dari segala usia, tua dan muda, memilih tempat ini untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan kerabat serta untuk bersantai dan bertemu.

Cafe Cuci Mulut ini berdiri pertama kali pada tanggal 2 Mei 2016, Cafe ini didirikan karena melihat peluang pada zaman sekarang banyak sekali yang mencari tempat makan dengan suasana yang instagramable dan dengan harga yang sangat terjangkau. Fenomena menjamurnya bisnis kuliner juga terjadi di Depok. Terdapat beraneka ragam bisnis kuliner di Depok yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan; bisnis kuliner berskala menengah seperti rumah makan, depot, dan cafe; sampai dengan bisnis kuliner berskala besar seperti restoran.

Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner di Depok, hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu cafetaria. Salah satu jenis kuliner cafetaria di Depok yaitu Cafe Cuci Mulut.

Cafe Cuci Mulut ini merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh seorang pengusaha yang cerdas yang bergerak dibidang cafetaria. Cafetaria ini memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu di tengah-tengah perumahan warga di Depok Jl. K.H.M. Usman No. 114, Beji, Depok yang memiliki banyak variasi menu makanan dan dessert yang ditawarkan disana, sehingga membuat Cafe Cuci Mulut ramai dikunjungi.

Saat menjalankan suatu usaha atau bisnis, pengelola dapat menggunakan media sosial yang sedang tren atau populer di kalangan masyarakat, sehingga dapat mencapai target pasar yang sudah ditentukan. Media sosial sendiri merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh banyak orang untuk

mendapatkan informasi. Melihat potensi yang dimiliki media sosial, ini sangat membantu bagi pelaku bisnis untuk menemukan konsumen, memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan produk. (Rizki Nurul Nugraha et all, 2022).

Pada zaman sekarang banyak sekali yang mencari tempat makan dengan suasana yang instagramable dan dengan harga yang sangat terjangkau. Menurut Kotler dan Amstrong sebagaimana yang dikutip oleh Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat–manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Jadi apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas (Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, 2013).

Kondisi Indonesia sekarang berada pada kecenderungan masyarakat yang konsumtif yakni masyarakat yang membeli produk yang disuguhkan dan dipasarkan oleh media sosial. Dengan begitu, menjadi banyak terciptanya sarana-prasarana hiburan dan rekreasi yang menggeser kedudukan museum sebagai lembaga edukasi dan rekreasi yang menjadi pilihan tempat di saat waktu luang. (Rizki Nurul Nugraha & Prili Diana Rosa, 2022).

Untuk memberikan jaminan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan. Sehingga aktivitas pariwisata dapat berjalan lebih maksimal dalam mendukung perkembangan dan kemajuannya. Jika disesuaikan dengan kondisi saat ini yaitu, masa pandemi covid 19 yang belum berakhir. Sektor pariwisata tentu harus memiliki solusi atau cara bagaimana untuk tetap dapat beroperasi. Sehingga dengan sertifikat CHSE akan sangat membantu terutama dalam pencegahan dan pengendalian Covid-19. (Rizki Nurul Nugraha & I Gusti Kade Heryadi Angligan, 2022)

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Cuci Mulut ?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Cuci Mulut ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Cuci Mulut?
4. Apakah harga, produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Cuci Mulut?

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Cuci Mulut
2. Menganalisis pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Cuci Mulut
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Cuci Mulut
4. Menganalisis pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Cuci Mulut

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori yang dipelajari dengan keadaan lapangan yang sebenarnya.

b. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan perusahaan dalam mempertimbangkan produk, pelayanan dan harga yang tepat agar menarik pelanggan dimasa sekarang dan dikemudian hari, juga guna memberitahukan rekomendasi kepada

orang lain untuk membeli produk dari perusahaan itu tersebut.

c. Bagi Akademisi

Dapat memberikan tambahan ilmu dan informasi terhadap pendidikan khususnya pengetahuan dibidang pemasaran dan juga dapat digunakan sebaga bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dikemudian hari.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan strategi penelitian korelasi. Penelitian kuantitatif didasarkan pada pengukuran variabel terhadap individu untuk mendapatkan skor, biasanya nilai numerik, yang dianalisis secara statistik untuk mendapatkan ikhtisar dan interpretasi (Gravetter & Forzano, 2012). Pada strategi penelitian korelasional, dua atau lebih variabel diukur untuk mendapatkan sekumpulan skor (biasanya dua skor) untuk setiap individu. Pengukuran tersebut kemudian diperiksa untuk mengidentifikasi pola hubungan yang ada antara variabel dan untuk mengukur kekuatan hubungan (Gravetter & Forzano, 2012). Prosedur statistik yang digunakan untuk mengukur kekuatan Achmadi atau konsistensi suatu hubungan.

Objek

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependen) yang datang ke Café Cuci Mulut yang dipengaruhi oleh Peran Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan (Variabel Independent) dan penelitian ini bersifat kuantitatif.

Data Penelitian

Sumber Data dan Jenis Data

Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individual atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Achmadi, Abu & Cholid, Narbuko, 2009). Untuk memperoleh data, peneliti

melakukan penyebaran kuesioner kepada responden para customer Café Cuci Mulut
Data sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2016: 225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Adapun menurut waktu pengumpulannya menggunakan Data titik (cross section data) yaitu data yang dikumpulkan pada suatu waktu tertentu (at a point of time) untuk menggambarkan keadaan dan kegiatan pada waktu tersebut. Sumber dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui penyebaran kuisisioner dengan menggunakan skala likert.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Silaen (2018: 87) “Populasi adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti. Populasi juga disebut universum (universe) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup atau benda mati”. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian pada Produk Café Cuci Mulut.

Sampel

Menurut Silaen (2018: 87) “Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamatai karakteristiknya”. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Silaen, 2014: 91) Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling yaitu sistem pengambilan yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel melalui penyebaran kuesioner pada pengunjung Café Cuci Mulut. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah sebanyak 100 pengunjung dari Pengunjung Café Cuci Mulut. Rumus penarikan sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad 1$$

Keterangan:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

n = Ukuran Sampel N = Ukuran Populasi

e = Prakiraan tingkat kesalahan 0,1 atau 10%

$$n = \frac{1027,989}{1 + 1027,989(0.01)^2}$$

= 99 dibulatkan menjadi 100

Mengacu pada rumus Slovin tersebut, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden untuk mewakili populasi.

HASIL

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam hasil hipotesis yang diperoleh melalui Uji SPSS dapat diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik harga yang ditawarkan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lina (2017) bahwa terbukti adanya pengaruh harga secara parsial positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Melya (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua melalui uji t dapat diketahui bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Albertus (2012) bahwa kualitas peroduk terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga dibuktikan oleh hasil penelitian Ana (2016) yang menyebutkan bahwa kualitas produk yang baik menimbulkan kepuasan yang tinggi pada pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga melalui uji t dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rina (2018) bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal yang sama juga dibuktikan oleh hasil penelitian Ana (2016) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berdampak pada pelanggan semakin puas.

Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui uji F diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik harga, produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat. Dari hasil analisis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,848 atau 84,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebesar 84,8% oleh variabel independen yaitu harga, produk, dan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Albertus (2012) bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal yang sama juga dibuktikan oleh hasil penelitian Rina (2018) yang menyebutkan

bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variable kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Café Cuci Mulut Depok, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Variable harga berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Yaitu H_1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Café Cuci Mulut Depok.
2. Variable produk berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Yaitu H_2 : Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Café Cuci Mulut Depok.
3. Variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Yaitu H_3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Café Cuci Mulut Depok.
4. Secara bersama-sama terbukti terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik harga, produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat. Dari hasil analisis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2)

diketahui bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,848 atau 84,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebesar 84,8% oleh variabel independen yaitu harga, produk, dan kualitas pelayanan.

Hal ini menjadi bukti bahwa harga, produk, dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting pelanggan dalam menentukan tingkat kepuasannya dalam memenuhi kebutuhan pangan sembari berwisata kuliner di Café Cuci Mulut Depok.

Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu:

Café Cuci Mulut Depok disarankan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk agar sesuai dengan harga yang diberikan serta meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan agar pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau tetap berkunjung kembali ke Café Cuci Mulut Depok. Kemudian diharapkan Café Cuci Mulut Depok untuk memperbanyak program promosi seperti diskon atau promo makanan dan minuman agar lebih menarik perhatian pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afriyanto, Y.M. (2010). Tayangan "Wisata Kuliner" Dan Kepuasan, Universitas Sebelas Maret, 5-6
- [2] Akbar, W. (2014). Studi Potensi Wisata Kuliner Di Kabupaten Indramayu, Universitas Negeri Yogyakarta, 3-4
- [3] Albertus, F. R. (2012). Skripsi. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang).
- [4] (Rizki Nurul Nugraha and Prili Diana Rosa, Pengelolaan Museum Bahari Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi di Jakarta, 2022.

- [5] <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/download/2148/1670>)
- [6] (Rizki Nurul Nugraha et all, **Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta** , 2022. <https://ejurnal.stietrianandra.ac.id/index.php/jempper/article/download/497/494>)
- [7] (Rizki Nurul Nugraha and I Gusti Kade Heryadi Angligan, Revenge Tourism ,2022.
- [8] <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/download/2367/1861>)
- [9] Ana, F. B. (2016, April). Peran Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo, 1, 78-90.
- [10] Kottler, Philip dan Armstrong. 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian. Salemba Empat. Yogyakarta
- [11] Kotler & Amstrong. (2006). Principles of Marketing Eleventh Edition. New Jersey. Pearson Pretice Hall.
- [12] Kotler & Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- [13] Kotler, P. (2007). Manajemen Pemasaran 2, Edisi kedua belas. Jakarta: PT Indeks.
- [14] Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta : PT. Prehallindo
- [14] Kotler, P., & K.L. Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 2. (Terjemahan Bob Sabran). Cetakan Ketigabelas. Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2009 oleh Pearson Education Inc. New Jersey Upper Saddle River).
- [15] Kotler. (2004). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Edisi sebelas. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- [16] Lupiyoadi, R. (2012). Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- [17] Malhotra, N. K. (2010). Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey. Indonesia: PT. Indeks.
- [18] Melya, P. (2016). Skripsi. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung
- [19] Melya, P. (2016). Skripsi. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung.
- [20] Paulus, L. K. (2011). Psikologi Pemasaran. Jogjakarta: CAPS.
- [21] Rabiah. (2020). eJournal Administrasi Bisnis. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda, 8, 65-74.
- [22] Rina, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, 7, 2
- [23] Rondonuwu, P. D. (2013, Desember). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March pada PT. Wahana Wirawan Manado. Jurnal EMBA, 5, 4.
- [24] Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV. Alfa Beta
- [25] Sunyoto, D. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- [26] Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andy.
- [27] Umar, H. (2010). Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis. Jakarta: Grafindo Persada.
- [28] Weenas, J. R. (2013, Desember). Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap

Keputusan Pembelian Spring Bed
Comforta. Jurnal EMBA, 1, 4.