

## **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Kangen Di Kota Bitung**

### ***Price And Service Quality Influence On Customers Satisfaction Coffee Kangen In Bitung City***

**Savira Salome Warouw<sup>(1)\*</sup>, Lyndon R. J. Pangemanan<sup>(2)</sup>, Caroline B. D. Pakasi<sup>(2)</sup>**

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

\*Penulis untuk korespondensi: savirawarouw034@student.unsrat.ac.id

---

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id

: Jumat, 26 Januari 2024

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 31 Mei 2024

---

#### **ABSTRACT**

*This research aims to investigate the influence of price and service quality on customer satisfaction at Coffee Kangen in Bitung City, both partially and simultaneously. The study was conducted from August to October 2023. Respondents were selected through purposive sampling, specifically targeting individuals who had visited Coffee Kangen in Bitung City. The data utilized included both primary and secondary data. Primary data were collected through questionnaires distributed to visitors, employing the slovin method, resulting in a total of 35 respondents. Secondary data were obtained through observations and the profiling of Coffee Kangen. Data analysis techniques involved validity testing, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, heteroskedasticity testing, linearity testing, multiple linear regression, T-test, F-test, correlation coefficient testing, and determination coefficient testing. The statistical analysis was performed using SPSS version 26. The research findings revealed that, partially: 1) Price significantly influences customer satisfaction, and 2) Service quality significantly influences customer satisfaction. Furthermore, simultaneously: Price and service quality together significantly impact customer satisfaction.*

*Keywords : price; service quality; customer satisfaction*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Kangen di Kota Bitung, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai Oktober 2023. Pemilihan responden dikumpulkan dengan purposive sampling, dengan responden yang sudah mengunjungi Coffee Kangen di Kota Bitung. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuisisioner bagi pengunjung, dengan menggunakan metode slovin, sehingga total pengunjung sebanyak 35 orang. Data sekunder diperoleh dari pengamatan dan profil dari Coffee Kangen. Teknik analisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, regresi linear berganda, uji T, uji F, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Alat analisis yang digunakan yaitu aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial : 1) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kemudian secara simultan: Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : harga; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada persaingan yang ketat di era globalisasi saat ini, setiap organisasi harus mampu bersaing. Organisasi harus memperhatikan aspek keuangan maupun non keuangan. Laba yang maksimal tidak terlepas dari segi pemasaran. Pemasaran sangat penting dalam menarik pelanggan sehingga dapat menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan secara terus-menerus. Masalah yang sering dihadapi oleh organisasi adalah organisasi belum mampu memberikan kepuasan yang benar-benar diharapkan oleh pelanggan.

Kopi merupakan produk unggul di bidang perkebunan Indonesia, selain karet dan kelapa sawit. Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat di dunia yang memiliki 39 jenis kopi berdasarkan indikasi geografis (Kementerian Perindustri Republik Indonesia, 2022). Menurut Nalurita (2014), kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, dengan dukungan faktor sumber daya alam, modal, tenaga kerja, IPTEK, industri terkait dan pendukung, peran pemerintah, dan kesempatan. Perkembangan tren minum kopi juga sangat merespon oleh masyarakat, terbukti banyaknya *coffee shop* yang menawarkan produk mereka.

Masyarakat yang berada di Pulau Sulawesi Utara terutama di kota Bitung memiliki tingkat konsumtif yang tinggi terutama di bidang *coffee*. Dalam perkembangannya kopi sangat diminati oleh segala kalangan usia mulai dari anak muda hingga orang dewasa, hal ini menjadikan usaha yang mengedepankan bahan baku kopi akan sangat diminati. Mulai dari segi rasa hingga varian yang menarik membuat banyak orang menyukainya.

Peningkatan dari tahun ke tahun, masyarakat mulai tertarik untuk membuka usaha *coffee* salah satunya Coffee Kangen di Bitung menjadikan persaingan bisnis di bidang penyedia minuman kopi menjadi sangat kompetitif dimana setiap produsen atau pemasar harus memiliki keunggulan tersendiri di mata konsumen dibandingkan dengan para pesaing agar menciptakan kepuasan bagi para konsumen.

Menurut Kotler & Armstrong (2008) kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan

sasaran perusahaan, beberapa cara dapat dilakukan demi menjaga kepuasan konsumen salah satunya adalah meningkatkan kualitas, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan, semakin tinggi kualitas semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan.

Selain memperhatikan masalah kepuasan pelanggan, penting juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang terkait agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan misalnya faktor harga. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, perusahaan banyak bangkrut karena harga tidak cocok di pasar. Menurut Kotler & Armstrong (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa dengan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen karena memiliki produk atau jasa tersebut. Selain itu, faktor lainnya yaitu pelayanan. Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan organisasi. Pelayanan meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga yang wajar dan bersaing (Wira, 2017). Maka dari itu, harga dan pelayanan dapat memberikan pengaruh pada kepuasan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Kangen di Kota Bitung.

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Kangen di Kota Bitung.

### Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Bagi peneliti, menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Kangen di Kota Bitung.
2. Bagi organisasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan harga, kualitas pelayanan, serta kepuasan konsumen.

3. Bagi pihak lain, dapat menjadi sumber informasi dan dapat memperluas wawasan sekaligus memperkokoh pengetahuan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama 3 bulan dari bulan Agustus 2023 sampai bulan Oktober 2023. Penelitian bertempat di Coffee Kangen yang beralamat di Jln. Aa Maramis, Kota Bitung, Sulawesi Utara.

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengambilan data secara langsung dari hasil pengisian kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada konsumen Coffee Kangen kemudian diisi dengan skala Likert 5 poin. Data sekunder diperoleh dari pengamatan dan dokumen yang diperoleh dari Coffee Kangen seperti profil perusahaan.

### Metode Penentuan Sampel

Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang sudah pernah mengunjungi Coffee Kangen di Kota Bitung. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Coffee Kangen di Kota Bitung. Adapun penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin dari populasi rata-rata kunjungan per hari yaitu 55 orang, dengan persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir sebesar 10%, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 35 orang.

### Konsep Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini, yaitu:

1. Harga
2. Kualitas pelayanan
3. Kepuasan pelanggan

### Metode Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan aplikasi

SPSS versi 26. Teknik yang digunakan dalam menganalisa data penelitian ini terdiri atas uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Lokasi Penelitian

Coffee Kangen merupakan sebuah kedai kopi yang didirikan di Kota Bitung pada Januari tahun 2021 beralamatkan di Jl. Aa Maramis Kota Bitung, Sulawesi Utara. Pilihan lokasi yang strategis ini membuat kedai kopi mudah di datangi oleh konsumen. Coffee Kangen sendiri menjual berbagai jenis makanan/minuman seperti coffeeshop, snack, roti, nasi goreng, ayam geprek, sasaki dan nasi tuna bakar/goreng.

Coffee Kangen buka pada hari senin sampai sabtu, kecuali hari-hari tertentu seperti natal, tahun baru dan pada hari yang di tentukan. Pada hari senin sampai sabtu Coffee Kangen buka pada jam 10.00 WITA – 23.00 WITA. Coffee Kangen biasanya ramai pengunjung pada saat jam istirahat makan siang sekitar pukul 11.30 WITA sampai 14.00 WITA. Fasilitas dari Coffee Kangen diantaranya fasilitas *free Wi-fi*, ruangan sejuk karena dilengkapi pendingin ruangan (AC), ruang outdoor dan *coffee kangen* juga menyediakan alat karaoke gratis digunakan konsumen.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden. Pengunjung Coffee Kangen di Bitung yang berjumlah 35 orang. Dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi 4 (empat) karakteristik yang berbeda-beda, yaitu karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

Berdasarkan data yang diperoleh, usia responden 17 – 30 tahun dengan presentase sebesar 85.7% atau 30 responden, dan 31 – 50 tahun sebanyak 14.3% atau 5 responden. Tingkat pendidikan SMA/K dengan presentase 54.3% atau 19 responden, kemudian Strata (S1/S2/S3)

sebanyak 34.3% atau 12 responden, Diploma (D1/D2/D3/D4/) dengan presentase sebesar 8.6% atau 3 responden dan SMP sebesar 2.9% atau 1 responden. Berdasarkan penelitian juga ditemukan bahwa pekerjaan responden Pelajar/Mahasiswa dengan presentase sebesar 54.3% atau 19 responden, kemudian TNI/POLRI sebanyak 20% atau 7 responden dan pekerja lainnya sebesar 20% atau 7 responden, Pegawai Swasta 2.9% atau 1 responden dan Wiraswasta 2.9% atau 1 responden.

### Hasil Pengujian

#### Uji Validitas

Uji validas dilakukan untuk menguji kelayakan setiap butir pernyataan pada kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian validitas data bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dinyatakan valid, karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan  $r$  hitung  $>$  0.30 serta nilai signifikansi  $<$  0.05.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan responden dalam memberikan jawaban atas hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang adalah dimensi dari suatu variabel yang disusun dalam kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas data bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0.60. Jadi seluruh jawaban untuk setiap variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dari konsumen *coffee* Kangen layak digunakan.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji normalitas data *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan nilai signifikansi atau Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0.200. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah model regresi menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas. Berdasarkan hasil pengujian, kedua variabel independen memiliki nilai *tolerance*  $>$  0.1 dan nilai VIF  $<$  10.00 sehingga berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau kedua variabel independen tidak memiliki hubungan yang linear.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan varian dalam suatu model regresi, dimana seharusnya variannya variannya tetap (homoskedastisitas) atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian, kedua variabel independen memiliki nilai signifikansi  $>$  0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji prasyarat regresi linear untuk mengetahui apabila variabel X dan Y memiliki hubungan linear atau tidak. Berdasarkan hasil pengujian, nilai signifikansi  $>$  0.05 dan F hitung  $<$  F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki hubungan linear dengan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.332	5.788		-.576	.569
Harga	.729	.164	.648	4.441	.000
Kualitas Pelayanan	.299	.101	.367	2.973	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer diolah (SPSS Ver. 26, 2023)

Berdasarkan hasil pengujian dalam Tabel 1 diperoleh model regresi linear berganda dalam bentuk persamaan:

$$Y = -3.332 + 0.729X_1 + 0.299X_2$$

Berdasarkan persamaan, dapat dijelaskan: 1) Nilai konstan dari variabel (Y) adalah sebesar -3.332 yang artinya jika variabel bebas harga dan kualitas pelayanan diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan), maka variabel terikat kepuasan pelanggan tetap berada pada -3.332. 2) Koefisien regresi dari variabel harga menunjukkan nilai positif sebesar 0.729. Hal tersebut menyatakan bahwa setiap ada penyesuaian harga yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dari Coffee Kangen ini, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkatkan sebesar 0.729 sebesar (1) satuan. 3) Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai positif sebesar 0.299. Hal tersebut menyatakan bahwa setiap ada peningkatan kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) yang baik dan menerima semua keluhan pelanggan dari Coffee Kangen maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.299 sebesar (1) satuan.

Berdasarkan penjelasan, variabel harga (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh yang searah terhadap variabel kepuasan pelanggan, sama halnya pada variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang searah terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

### Uji t

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil uji T yaitu variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y), H<sub>1</sub> diterima, diperoleh kesimpulan bahwa “Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hal ini berarti semakin baik harga atas produk yang diberikan maka akan mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan, sebaliknya jika harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produk maka akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Kemudian, untuk variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y), H<sub>2</sub> diterima, diperoleh kesimpulan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hal ini berarti semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka akan

mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak berkualitas maka akan menurunkan kepuasan pelanggan.

### Uji f

Hasil uji f disajikan selengkapnya dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji f**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	309.048	2	154.524	20.338	.000 <sup>b</sup>
	Residual	243.124	32	7.598		
	Total	552.171	34			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data Primer diolah (SPSS Ver. 26, 2023)

Tabel 2 menunjukkan hasil uji yaitu H<sub>3</sub> diterima dan dari nilai-nilai tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu “Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Artinya jika semakin baik harga atas produk yang di berikan dan semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

### Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara harga dan kualitas pelayanan secara simultan dengan kepuasan pelanggan dari Coffee Kangen. Kemudian hasil koefisien determinasi menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 56% terhadap kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat kesesuaian harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sudah

dijalankan dengan baik sehingga pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh kafe. Semakin baik harga dan kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

#### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Penetapan harga yang diberikan kafe harus sesuai dengan kualitas produk, manfaat, dan keterjangkauan harga agar terus mampu memberikan kepuasan pelanggan. Sebaiknya pihak kafe perlu mempertahankan harga karena itu salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Serta dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan dari kafe.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe sudah baik dan harus tetap dipertahankan sehingga tingkat kepuasan pelanggan semakin baik.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya seperti variabel kualitas produk, promosi penjualan, dan lain-lain.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kementerian Perindustri Republik Indonesia. 2022. Potensi Komoditas Perkebunan Masih Tinggi. Diakses 24 Mei 2023. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23593/Menperin:-Potensi-Komoditas-Perkebunan-Masih-Tinggi>
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. 2014. Analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 2(1), 63-74.
- Wira, S. 2007. *Panduan layanan konsumen*. PT Grasindo Jakarta, 12(1).