

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

*(STUDI PADA KONSUMEN CAFE LINGLING FRUITBAR CABANG SIMPANG COKLAT KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG)*

**Agustin Darirotuz Zahro, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida**

*Program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu administrasi Universitas Islam Malang*

*Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Jawa Timur – Indonesia*

*LPPM Unisma Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Jawa Timur – Indonesia*

*E-mail: tutuzahro@gmail.com*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan serta mengetahui variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen Cafe Lingling Fruitbar Cabang Simpang Coklat Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (2) Tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen (3) Terdapat pengaruh signifikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen (4) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi dibuktikan nilai Adjusted R Square sebesar 46,7% artinya bahwa variabel kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 46,7%. Variabel yang mempunyai pengaruh dominan pada penelitian ini adalah kualitas produk dilihat dari nilai Beta sebesar 0,266

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of product quality, price and service to customer satisfaction partially and simultaneously and know which variables have dominant influence. This type of research uses quantitative research. The population in this study were all costumers of Cafe Lingling Fruitbar at Simpang Coklat, Lowokwaru Malang. Sampling technique using accidental sampling method with the number of samples as much as 80 people. Techniques of collecting data using interviews, observation, questionnaires and documentation. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) There is significant influence of product quality to customer satisfaction (2) There is no significant effect of price on costumer satisfaction (3) There is significant influence of service to customer satisfaction (4) There is significant influence simultaneously product quality, price and service to customer satisfaction. Deteriminasi coefficient results proved Adjusted R Square value of 46.7% means that the variable quality of products, prices and services affect consumer satisfaction of 46.7%. The variable that has dominant influence in this research is product quality seen from Beta value equal to 0,266

Keywords: Product Quality, Price, Service, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan bisnis *cafe* di Tanah Air terus tumbuh pesat sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan di era modern ini. Saat ini lebih dari 10.000 *cafe* di Indonesia yang diprediksi masih akan terus tumbuh. Persaingan yang semakin ketat membuat antar perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen. Para pelaku bisnis apabila ingin tetap bertahan pada persaingan ini maka harus tetap memperhatikan dan memberikan sesuai apa yang diinginkan konsumen agar konsumen merasa puas. Salah satu Kota di Indonesia yang ikut mengalami pertumbuhan bisnis *cafe* adalah Kota Malang. Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha *Cafe* dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur Tjahjono Haryono mengatakan pertumbuhan *cafe* di Malang dan Batu setiap tahun mencapai 20%.

Salah satu *cafe* yang ada di Malang adalah “*Cafe Lingling Fruit bar*”. Merupakan *cafe* spesialis es buah yang menghadirkan aneka menu buah seperti sop buah, *fruit mixed* hingga jus dengan varian aneka macam buah-buahan. *Cafe* ini juga merupakan pionir es buah kekinian yang ada pertama kali di Malang. Terbukti dengan adanya beberapa cabang yang tersebar di daerah Kota Malang. *Cafe Lingling* pertama kali di Malang pada tanggal 7 Januari 2012 yang beralamat di Jl. Terusan Bondowoso No.44.

Berkembangnya *Cafe Lingling Fruitbar* ditunjukkan dengan didapaknya apresiasi yang baik di mata konsumen, *Cafe Lingling Fruitbar* tidak luput dari permasalahan internal maupun eksternal. Persaingan dengan beberapa *cafe* yang menjual produk sama dan *cafe* pesaing yang sudah mempunyai nama di mata konsumen misalnya dari luar kota juga salah satu permasalahan yang dihadapi oleh *Cafe Lingling Fruitbar*. Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* atau pemilik dari *Cafe Lingling Fruitbar* bahwa pernah sebelumnya banyak keluhan yang diterimanya dari konsumen mengenai produk, harga dan pelayanan. Salah satu diantaranya tentang bahan produknya yang diinginkan konsumen sering habis dan kurang lengkap varian buah yang disajikan atau diberikan. Harga tergolong mahal sejenis es buah atau menu-menu lainnya. Pelayanan yang diberikan juga kurang sesuai terutama pegawai yang sering bercanda karena

dapat mengganggu konsumen berada di *cafe* tersebut.

*Cafe Lingling Fruitbar* harus mempertahankan konsumennya dan melakukan perbaikan dengan cara memperbaiki kualitas produk, harga dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen juga merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh *Cafe Lingling Fruitbar* pada saat konsumen datang langsung ke *cafe* untuk membeli produk.

Setiap perusahaan harus peka dalam menghadapi perubahan dan strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis di era sekarang. Bisnis *cafe* dituntut untuk selalu membuat perubahan atau inovasi secara terus-menerus dan memberikan pelayanan yang terbaik dan harga yang terjangkau kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap *cafe* tersebut. Menurut Kotler, “kepuasan adalah perasaan yang muncul dari seseorang sejauh mana produk yang dipersepsikan sesuai dengan harapannya. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Cafe Lingling Fruitbar Cabang Simpang Coklat Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)**”

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?
2. Adakah pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen?
3. Adakah pengaruh signifikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
4. Adakah pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
5. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Mengetahui pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
5. Mengetahui variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### **Manfaat**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah penulis sajikan, adapun manfaat yang dapat diambil dan diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan penulis diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis  
Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi manfaat untuk pembaca khususnya mahasiswa yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Secara Praktis  
Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan dasar untuk meningkatkan kualitas produk, harga, pelayanan dan kepuasan konsumenn, sehingga menjadikan perusahaan tersebut mencapai tujuan yang diinginkan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur.

#### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada *Cafe Lingling Fruitbar* yang beralamat di Jl. Simpang Coklat Kav.8, Kel. Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141.

#### **Waktu Penelitian**

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pada bulan April 2018 sampai dengan selesai.

#### **Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan pelayanan sebagai variabel independen,

sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

### **Variabel Independen Atau Variabel Bebas (X)**

Menurut Siregar, “variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

X1 : Kualitas Produk

X2 : Harga

X3 : Pelayanan

### **Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)**

Menurut Nursalam, variabel terikat merupakan faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan ada tidaknya hubungan atau pengaruh dari variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y : Kepuasan Konsumen

### **Definisi Operasional Variabel**

Variabel dan Indikator Penelitian pada penelitian ini disajikan dalam tabel 3.1 tentang kualitas produk, harga, pelayanan dan kepuasan konsumen

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berkunjung di *Cafe Lingling FruitBar* di Jl. Simpang Coklat Kav.8, Kel. Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141.

#### **Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Nanang, *accidental sampling* merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling*. Teknik *sampling* ini diberi nama demikian karena di dalam penentuan sampelnya berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **Cara Menentukan Sampel**

Penelitian ini dalam menentukan sampelnya dengan menggunakan teori Roscoe. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 x 4 variabel yaitu sebesar 40 sampel, karena 40 sampel adalah jumlah minimum dalam penentuan sampel pada teori Roscoe, maka

peneliti mengambil sebanyak 80 sampel dalam melakukan penelitian.

#### **Data dan Sumber Data**

1. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner dari para konsumen produk *Cafe Lingling Fruitbar*.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung sebagai bahan penguat dan pendukung penelitian, data sekunder pada penelitian ini berasal dari dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan judul penelitian.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi
4. Kuesioner

#### **Instrumen Penelitian**

Menurut Arikunto, instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

#### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **Uji Validitas**

Menurut Arikunto, validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah

##### **Uji Reliabilitas**

Menurut Arikunto, uji reliabilitas adalah untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda

#### **Teknik Analisis Data**

##### **Uji Normalitas**

Menurut Siregar, uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik, sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik non parametrik.

#### **Analisis Linear Berganda**

Menurut Sugiyono, Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui beberapa pengaruh dari perubahan dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat.

##### **Uji Hipotesis**

Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. ( $H_0$ ) menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan ( $H_a$ ) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

##### **Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

##### **Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

##### **Koefisien Determinasi**

Menurut Santosa dan Hamdani, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat. ). Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara nol (0) dan satu (1).

## **PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

*Cafe Lingling Fruitbar* adalah cafe spesialis es buah kekinian yang ada di Kota Malang memiliki konsep indoor dan outdoor. *Cafe Lingling Fruitbar* berdiri sejak tahun 2012 yang didirikan oleh Anindya Noviantari Devi dan biasanya dikenal dengan Ibu Vivi. Bulan Januari tahun 2012 lalu dirintisnya *cafe* tersebut dengan lokasi pertama di Jl. Terusan Bondowoso Seiring berjalannya waktu, *Cafe Lingling Fruitbar* mulai berkembang, dibuktikan dengan dipindahkan ke lokasi *cafe* yang cukup besar di Jl. Terusan Kawi No.2-C, Gading Kasri, Klojen. Setelah setahun di Jl. Terusan Kawi akhirnya *Cafe Lingling Fruitbar* membuka cabang-cabang lain diantaranya di Jl. Simpang Coklat Kav.8, Kel. Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Jl. Joyo Agung No.7, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Mall Malang Town Square, dan Mall Olympic Garden.

## Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS for windows versi 20.0. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah tiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner valid atau tidak. Penelitian ini menggunakan 18 item pernyataan yang terdiri dari variabel Kualitas Produk (X1) menggunakan 5 pernyataan, variabel Harga (X2) menggunakan 2 pernyataan, variabel Pelayanan (X3) menggunakan 8 pernyataan, dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) menggunakan 3 pernyataan. Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai korelasi *pearson product moment* ( $r$  hitung) > dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,2199 yang didapat dari distribusi nilai dengan taraf signifikan 5% dan  $n(80) df = n-2 = 78$ , maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam melakukan penelitian ini. Kuesioner perlu diuji terlebih dahulu sebelum dibagikan kepada responden. Kuesioner yang telah dinyatakan valid maka dapat dibagikan kepada responden.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS for windows versi 20.0. Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan item pada setiap item pertanyaan pada kuesioner. Jawaban pada setiap item pertanyaan dikatakan reliabel apabila  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* yang perhitungannya dibantu dengan program SPSS. diketahui  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  yaitu variabel kualitas produk  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  0,739 > 0,6, variabel harga  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  0,703 > 0,6, variabel pelayanan  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  0,858 > 0,6, dan variabel kepuasan konsumen  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  0,810 > 0,6. Ketiga nilai variabel tersebut lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  0,6, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen masing-masing variabel yang terdapat pada kuesioner dinyatakan reliabel.

## Analisis Data

### Uji Normalitas

Semua gambar yang terdapat dalam pengujian normalitas menunjukkan bahwa data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan

bahwa keempat garis diagonal memiliki distribusi normal.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dihitung dengan program SPSS 20.0, sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
Hasil Uji Regresi Linier

| Model           | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |       |      |      |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------|-------|------|------|
|                 |                             | Beta                      |       |      | ig.  |
| Constant        | ,326                        | ,385                      |       | ,235 | ,814 |
| Kualitas Produk | ,266                        | ,074                      | 0,380 | ,604 | ,001 |
| Harga           | ,141                        | ,121                      | 0,105 | ,166 | ,247 |
| Pelayanan       | ,161                        | ,045                      | 0,355 | ,576 | ,001 |

Berganda

Sumber: Data primer yang diolah (April, 2018)

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda pada tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 0,326 + 0,266 X_1 + 0,141 X_2 + 0,161 X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

-  $Y$  = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen yang nilainya diprediksi oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga dan pelayanan.

- Nilai konstanta ( $a$ ) adalah nilai estimasi dari kepuasan konsumen sebesar 0,326, apabila nilai kualitas produk, harga dan pelayanan sama dengan 0 (nol), maka kepuasan konsumen akan bernilai 0,326.

-  $X_1 = 0,266$  merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila ada peningkatan variabel kualitas produk sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,266.

-  $X_2 = 0,141$  merupakan besarnya kontribusi variabel harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila ada peningkatan variabel harga sebesar satu-

satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,141.

3= 0,161 merupakan besarnya kontribusi variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila ada peningkatan variabel pelayanan sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,161.

### Pengujian Hipotesis Uji t (Parsial)

Variabel yang diuji pada penelitian ini adalah variabel bebas kualitas produk, harga, dan pelayanan dengan variabel terikat kepuasan konsumen. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18  
Hasil Uji t (Parsial)

| Model           | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |      | ig.  |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------|------|------|------|
|                 |                             | Beta                      |      |      |      |
|                 |                             | td. Error                 |      |      |      |
| (Constant)      | ,326                        | ,385                      |      | ,235 | ,814 |
| Kualitas Produk | ,266                        | ,074                      | 0,38 | ,604 | ,001 |
| Harga           | ,141                        | ,121                      | 0,10 | ,166 | ,247 |
| Pelayanan       | ,161                        | ,045                      | 0,35 | ,576 | ,001 |

Sumber: Data primer yang diolah (April, 2018)

#### 1. Variabel Kualitas Produk

Hipotesis pertama menyebutkan bahwa:

(Ha) = terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial

(Ho) = tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Kriteria pengujian uji t (parsial) pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Berdasarkan kriteria tersebut maka cara menentukan  $t_{tabel}$  dalam pengujian ini adalah:

$$t_{tabel} = t \left( \frac{\alpha}{2; n - k - 1} \right)$$

X

$$= t \frac{0,05}{2; 80 - 2 - 1} = t(0,025; 77) = 1,990$$

Perhitungan  $t_{tabel}$  didapatkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,990, nilai tersebut diperoleh dari tabel distribusi nilai  $t_{tabel}$ . Kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang tertera pada tabel hasil uji t di atas, dari tabel 4.18 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 3,604, yang artinya  $t_{hitung} 3,604 > t_{tabel} 1,990$  dan nilai Sig.  $0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen atau bisa disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 2. Variabel Harga

Perhitungan  $t_{tabel}$  didapatkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,990, nilai tersebut diperoleh dari tabel distribusi nilai  $t_{tabel}$ . Kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang tertera pada tabel hasil uji t di atas, dari tabel 4.18 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel harga sebesar 1,166, yang artinya  $t_{hitung} 1,166 < t_{tabel} 1,990$  dan nilai Sig.  $0,247 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen atau bisa disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 3. Pelayanan

Perhitungan  $t_{tabel}$  didapatkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,990, nilai tersebut diperoleh dari tabel distribusi nilai  $t_{tabel}$ . Kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang tertera pada hasil uji t di atas, dari tabel 4.18 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan sebesar 3,576, yang artinya  $t_{hitung} 3,576 > t_{tabel} 1,990$  dan nilai Sig.  $0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen atau bisa disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas bersama-sama berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Hasil pengujian f sebagai berikut:

Tabel 4.19  
Hasil Uji F

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Regression | 102,568        | 1  | 4,189       | 24,032 | ,000 |
| Residual   | 108,120        | 6  | 18,020      |        |      |
| Total      | 210,688        | 7  |             |        |      |

Sumber: Data primer yang diolah (April, 2018)

Hipotesis keempat menyebutkan bahwa:

(Ha) = terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen

(Ho) = tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria pengujian uji F (simultan) pada variabel secara bersama-sama adalah sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Berdasarkan kriteria tersebut maka cara menentukan  $F_{tabel}$  dalam pengujian ini adalah:  
 $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2; 80-2) = F(2; 78) = 0,03$

Perhitungan  $F_{tabel}$  diatas didapatkan pada nilai  $F_{tabel}$  sebesar 0,03 dilihat pada tabel distribusi nilai  $F_{tabel}$ . Tabel 4.19 nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,032, yang artinya  $F_{hitung}$  24,032 lebih besar dari  $F_{tabel}$  0,03 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hipotesis terakhir dengan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, besarnya nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk prosentase. Pengujian ini dibantu oleh program SPSS 20.0. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4.20  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R    | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,698 | ,487              | 1,167                      |

Sumber: Data primer yang diolah (April, 2018)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,467, apabila di prosentasekan nilai *Adjusted R Square* menjadi 46,7% artinya bahwa variabel kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 46,7%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN PENELITIAN

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan secara parsial bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini terbukti dengan adanya hasil analisis regresi nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,604 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 dan nilai Sig. 0,001 < 0,05 artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan dengan kualitas produk yang diberikan pada *Cafe* dengan maksimal, dengan seperti itu maka berdampak baik di mata konsumen maupun *Cafe*. Penjelasan hasil penelitian ini diperkuat dari menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada konsumen *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat bahwa responden setuju terhadap kualitas produk yang diberikan oleh *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat, pernyataan tersebut diperkuat dengan adanya nilai mean (nilai rata-rata) yang diperoleh sebesar 4,11, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk jika terus di perhatikan dan ditingkatkan maka konsumen tetap akan merasa puas dan akan kembali lagi di *cafe* tersebut kemudian sebaliknya.

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan secara parsial bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan adanya hasil analisis regresi nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,166 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 dan nilai Sig. 0,0247 < 0,05 artinya bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat.

Diketahui bahwa di *Cafe Lingling Fruitbar* meskipun harga yang ditawarkan cukup mahal namun produk yang diberikan berkualitas dan mutu yang terjamin. Dilihat dari penjelasan kuesioner item pernyataan tentang harga yang disebarkan bahwa konsumen setuju harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, hal ini dapat disimpulkan konsumen tidak mempermasalahkan mengenai harga meskipun cukup mahal tetapi masih terjangkau.

#### **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan secara parsial bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan adanya hasil analisis regresi nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,576 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 dan nilai Sig. 0,001 < 0,05 artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat, hal ini dapat dibuktikan pelayanan yang diberikan *Cafe Lingling Fruitbar* kepada konsumen baik dan berkualitas.

#### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan secara simultan bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan adanya hasil analisis regresi nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,032 >  $t_{tabel}$  sebesar 0,03 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05 artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat maka variabel kualitas produk, harga dan pelayanan perlu diperhatikan dan ditingkatkan guna konsumen tetap puas dan tetap melakukan pembelian ulang.

#### **Pengaruh yang Paling Dominan antara Variabel Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Diketahui variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Terdapat tiga variabel bebas pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk, harga dan

pelayanan. Variabel kualitas produk memiliki nilai Beta 0,266 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, variabel harga memiliki nilai Beta 0,141 dengan signifikansi 0,247 > 0,05, dan variabel pelayanan memiliki nilai Beta 0,161 dengan signifikansi 0,001 < 0,05.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas produk menjadi variabel bebas dengan pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Mengemukakan bahwa variabel kualitas produk pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat dijadikan faktor utama konsumen dalam melakukan pembelian, maka dapat diartikan bahwa kualitas produk memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk jika terus di perhatikan dan ditingkatkan maka konsumen tetap akan merasa puas dan akan kembali lagi di *cafe* tersebut.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Jl. Simpang Coklat. Dilihat dari penjelasan kuesioner item pernyataan tentang harga yang disebarkan bahwa konsumen setuju harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk. Hal ini dapat disimpulkan konsumen tidak mempermasalahkan mengenai harga.
3. Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Jl. Simpang Coklat. Dibuktikan pelayanan yang diberikan *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Jl. Simpang Coklat kepada konsumen baik dan berkualitas. Apabila pelayanan yang diberikan ditingkatkan lebih baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi.
4. Kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. pada *Cafe Lingling Fruitbar* Cabang Simpang Coklat. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada *Cafe Lingling Fruitbar* Cabang Simpang Coklat maka variabel kualitas produk, harga dan pelayanan perlu

diperhatikan dan ditingkatkan guna konsumen tetap puas dan tetap melakukan pembelian ulang.

5. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan bahwa nilai Beta yang paling dominan diantara variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan adalah variabel kualitas produk, Disimpulkan bahwa pembeli produk di *Cafe Lingling Fruitbar* Cabang Simpang Coklat lebih memperhatikan kualitas produk dari pada variabel yang lain seperti harga, dan pelayanan.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan  
Penelitian ini dihasilkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan yaitu kualitas produk, dan pelayanan, ini menandakan bahwa *Cafe Lingling Fruitbar* dapat memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Agar kepuasan konsumen di *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat meningkat maka dapat dilakukan dengan tetap memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang sudah ditetapkan dengan cara menu yang stok bahan dasar buah tetap lengkap, tetap *fresh* serta pelayanan lebih diutamakan. Dalam langkah ini perlu ditunjang dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan agar di mata konsumen *Cafe Lingling* tidak diidentikkan dengan *Cafe* mahal. Dengan langkah ini diharapkan atribut yang diberikan lebih ditingkatkan dan dipertahankan guna tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi di *Cafe Lingling Fruitbar* cabang Simpang Coklat.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Penelitian ini hanya terbatas pada tiga variabel saja yaitu kualitas produk, harga dan pelayanan. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak dan berbeda dari penelitian ini, seperti promosi, motivasi, lokasi, *brand image*, *store atmosphere*, keanekaragaman produk, dan lain-lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Analisis Regresi Teori, Kasus Solusi*. Yogyakarta
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Candra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Daryanto dan Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayana Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Engel, James (dkk). 1995. *Perilaku Konsumen, Edisi Keenam*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara
- Ferry, Albertus. Analisis Pengaruh, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. 2012. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Hana Ofela dan Sasi Agustin. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5 No.1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Hamdani dan Santosa. 2007. *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Yogyakarta: Erlangga
- Hartinah, Sayyidah Ayu. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Delivery terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Universitas Islam Malang
- Jefry F.T. Bailia, dkk. 2014. *pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung – Warung Makan Lamogan di Kota Manado*. Jurnal Manajemen Vol.2 No.3. fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Sam Ratulangi Manado
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran: Edisi 9, Jilid1*. Jakarta :PT. Indeks
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas, jilid 1*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. dan Keller. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. 2008. Jakarta: PT. Prenhallindo
- \_\_\_\_\_, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta:Prenhallindo
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit: Prenhallindo
- Lamb, Charles (dkk). 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers
- Munir. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Nursalam. 2011. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ratna dkk. 2017. *Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Kopi Sragen Cafe & Resto*. Jurnal. Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Setyabudi dan Daryanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Stanton, William J. 1986. *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran: Edisi Tiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Valdy Ronald Wowor. 2013. *Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Vol.1 No.4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
- Wijaya, Cynthia V. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. Jurnal. Universitas Kristen Petra Surabaya
- Yazid. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta. Penerbit: CV. ADIPURA
- Internet:  
<https://www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html>  
<http://kabar24.bisnis.com/>  
<https://www.malang-guidance.com/lingling-fruitbar-/>