

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe

Eka Pitri Ramdani *)
Eka Farida **)
Khalikussabir *)**

Email : ekapitri28@gmail.com
Universitas Islam Malang

Abstract

The study aims to determine the effect of service quality, menu variations and prices on customer satisfaction at Equal Cafe. The sample used in this study were 80 respondent. The data analysis method used is quantitative data analysis. To solve the problem in this research, using validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, classical assumption test, this study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25. The results of this study indicate that the quality of service, menu variations and prices simultaneously and significantly affect customer satisfaction, while for menu variations partially there is no significant effect on customer satisfaction and service quality and price have an effect and significant to customer satisfaction.

Key words: *Service Quality, Menu Variation, Price, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Latar belakang

Pada era serba digital seperti sekarang ini semua kegiatan atau perilaku masyarakat telah berubah secara signifikan. Disamping itu, perkembangan teknologi juga telah membuat dunia bisnis semakin pesat, pertumbuhan ekonomi yang dialami Indonesia pada Triwulan III saat ini yaitu sekitar 3,51% persen ditahun 2021 (BPS, 2021). Sehingga mampu membuat pertumbuhan industri di Indonesia juga berkembang dan mendorong perusahaan untuk berkompetisi dalam berbagai aktivitas agar mampu bersaing dalam mempertahankan konsumen dengan memahami kebutuhan serta keinginan konsumen.

Hal tersebut ditandai dengan Kemunculan Starbucks pertama kali di Indonesia pada tahun 2002 yang mampu membawa fenomena baru, seakan terinspirasi dari fenomena ini, kepekaan para pelaku usaha pun dapat dilihat dengan munculnya kedai-kedai kopi dengan brand Indonesia seperti hastag *Cafe*, halo *Cafe*, pesen kopi, cuscus *Cafe* dan lain, yang akhirnya merubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi gemar pergi ke *Cafe* khususnya di Kota Malang.

Menentukan dan merancang strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting untuk menghadapi persaingan yang ada dan yang datang. Kasmir (2008) mengemukakan bahwa Penerapan strategi pemasaran merupakan langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk atau jasa yang ditawarkan dan meraih tingkat laba yang tinggi.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang prima akan membangun kesetiaan dan mencegah pelanggan

untuk melakukan pembelotan, dan pembelotan yang terjadi disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem untuk melayani (Rahmayanti, 2013:12-13). Maka dari itu untuk mendapatkan kepuasan pelanggan hal yang harus dilakukan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal.

Faktor kedua yaitu variasi menu. Variasi menu yang beraneka ragam yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah lengkapnya varian produk yang ditawarkan. Sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan dalam bentuk atau rasa. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumelar, dkk (2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara ketersediaan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir yaitu harga. Menurut Assauri (2014:223) harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas begitupun sebaliknya.

Penelitian ini terletak di *Equal Cafe* beralamat di Jl. Raya Dermo No.169 Dau, Malang, lokasi *Cafe* ini cukup strategis mudah dijangkau. Target pelanggannya yaitu para masyarakat, karyawan dan mahasiswa yang berada disekitar daerah tersebut. *Equal Cafe* juga menyediakan fasilitas untuk *meetup* maupun *event*

Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, variasi menu dan harga di *Equal Cafe*?
2. Apakah kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*?
4. Apakah variasi menu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*?
5. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui deskripsi dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga di *Equal Cafe*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti, mengenai konsep teori pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, sumbang pemikiran, dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dibidang pemasaran khususnya variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, variasi menu, dan haraga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *Equal Cafe* perihal masalah pembelian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tinjauan Teori

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014: 353) “Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) bahwa “kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan keingingan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen”.

Variasi Menu

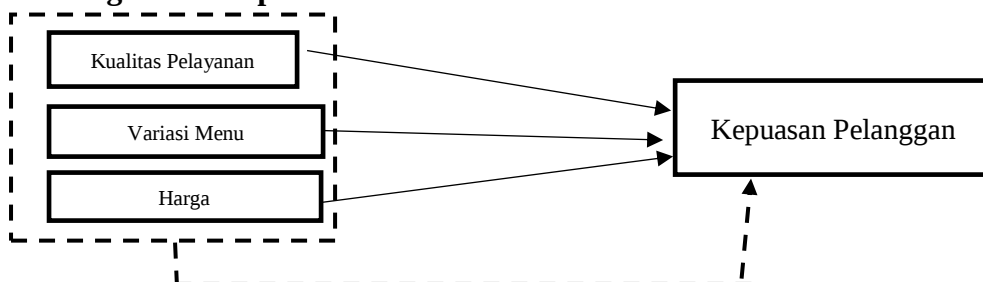
Variasi adalah sebuah rupa (bentuk) yang berbeda ataupun bermacam-macam tergantung pada hasil interpretasi seseorang.

Menurut Rosalin (2006:58) bahwa “menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha”.

Harga

Menurut Kotler (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kerangka Konseptual



Keterangan :

- > : Pengaruh parsial
- - - - -> : Pengaruh simultan

Hipotesis

- H1 = Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan
H2 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
H3 = Variasi Menu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
H4 = Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Metodologi Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ialah *explanatori research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian terletak, di Jl. Raya Dermo No.169 Dau, Kota Malang yaitu pada *Equal Cafe* sejak bulan Januari sampai Juni 2022.

Populasi dan Sampel

Pelanggan di *Equal Cafe*. Namun jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Malhotra (2007) menyatakan cara menentukan jumlah sampel penelitian dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya adalah dengan mengalikan setidaknya 4 atau 5 jumlah keseluruhan item pernyataan, maka diambil sampel sebesar 80 dari rumus $16 \times 5 = 80$.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Tabel 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase%
Laki-Laki	45	56,3%
Perempuan	35	43,8%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa dari 80 responden dalam penelitian, jumlah responden laki-laki sebanyak 45 responden (56,3%) sedangkan responden perempuan sebanyak 35 responden (43,8%).

Tabel 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Kategori Umur	Jumlah Responden	Persentase%
18-21	53	66,3%
22-25	22	27,6%
26-30	5	6,3%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat kita ketahui bahwa jumlah responden yang berusia 18–21 tahun berjumlah 53 responden (66,3%) dan responden yang berusia 22–25 tahun berjumlah 22 responden (27,6%) sedangkan jumlah responden yang berusia 26-27 sebanyak 5 dengan persentase (6,3%).

Tabel 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase%
Rp <1000.000	39	48,8%
Rp. 1.100.000 - Rp. 2000.000	29	36,3%
Rp. 2.100.000 - Rp. 3000.000	12	15,0%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat kita ketahui bahwa dari 80 responden yang berkunjung yang memiliki jumlah pendapatan kurang dari Rp. 1000.000 sebanyak 39 responden dengan persentase 48,8%, sedangkan yang memiliki pendapatan Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 sebanyak 29 responden dengan persentase 36,3%, sisanya yang memiliki

pendapatan Rp. 2.100.000 - Rp. 3000.000 yaitu sebanyak 12 responden dengan persentase 15,0%.

Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase%
Mahasiswa	71	88,8%
Wiraswasta	7	8,8%
Pegawai Negeri	2	2,5%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan, menunjukan bahwa responden Mahasiswa sebanyak 71 dengan persentase 88,8%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 7 responden dengan persentase 8,8% dan responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri sebanyak 2 orang dengan persentase 2,5%.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r ^{hitung}	r ^{tabel}	Keterangan	Cronbach'Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,747	0,217	Valid	0,744	Reliabel
	Y2	0,765	0,217			
	Y3	0,726	0,217			
	Y4	0,780	0,217			
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,778	0,217		0,817	
	X1.2	0,700	0,217			
	X1.3	0,797	0,217			
	X1.4	0,774	0,217			
	X1.5	0,774	0,217			
Variasi Menu	X2.1	0,839	0,217		0,814	
	X2.2	0,900	0,217			
	X2.3	0,834	0,217			
Harga	X3.1	0,824	0,217		0,186	
	X3.2	0,749	0,217			
	X3.3	0,871	0,217			
	X3.4	0,777	0,217			

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, seluruh variabel menghasilkan nilai $r_{hitung} > 0,217$. maka dapat disimpulkan bahwa instrumen setiap variabel dari penelitian ini adalah valid. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian uji reliabilitas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yaitu Kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X1), variasi menu (X2), dan harga (X3) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$.

Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61554694
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.072
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai Asymp Sig. dari nilai residualnya adalah 0.2. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, hal tersebut dibuktikan dengan nilai Asymp Sig. yang lebih besar dari 0.05.

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolonieritas

Tabel 7 Uji Multikolonieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,979	1,021	Reliabel
2	Variasi Menu (X2)	0,976	1,025	Reliabel
3	Harga (X3)	0,961	1,041	Reliabel

Sumber Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10 atau nilai tolerance > 0,1, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,997	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2	Variasi Menu (X2)	0,267	Tidak terjadi heteroskedastisitas
3	Harga (X3)	0,082	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui nilai signifikansi pada masing-masing variabel kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
1 (Constant)	3.958	1.959		2.020	.047
Kualitas Pelayanan	.179	.073	.222	2.456	.016
Variasi Menu	.125	.081	.140	1.542	.127
Harga	.432	.076	.522	5.708	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 9, dapat disusun persamaan regresi linier berganda untuk variabel kualitas pelayanan, variasi menu dan harga sebagai berikut:

$$Y = 3,958 + 0,179 X_1 + 0,125 X_2 + 0,432 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = Variasi Menu

X3 = Harga

e = Standart error

Maka hasil dari analisis regresi berganda pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Konstanta Konstanta = 3,958 merupakan nilai konstanta yang menunjukkan nilai positif, artinya apabila variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), variasi menu (X2) dan harga (X3) meningkat dan bernilai konstanta maka variabel kepuasan pelanggan (Y) meningkat sebesar 3,958. Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan variabel terikat yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), variasi menu (X2) dan harga (X3). Jadi, nilai kepuasan pelanggan (Y) di pengaruhi oleh variabel bebas. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) = 0,179 dengan nilai positif, artinya nilai variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Apabila kualitas pelayanan (X1) mengalami peningkatan sebesar 0,179 maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,179. Nilai koefisien variasi menu (X2) = 0,125 dengan nilai positif, artinya nilai variabel variasi menu (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Apabila variasi menu (X2) mengalami peningkatan sebesar 0,125 maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,125. Nilai koefisien harga (X3) = 0,432 dengan nilai positif, artinya nilai variabel harga (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Apabila harga (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,432 maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,432.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131.798	3	43.933	16.193	.000 ^b
	Residual	206.189	76	2.713		
	Total	337.988	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber Data diolah, 2022

Bila dilihat pada tabel 10, didapatkan hasil analisis uji F sebesar 16.193 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu tingkat signifikansi $F < 0,05$ maka H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga memiliki pengaruh secara simultan atau bersama sama terhadap kepuasan pelanggan

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.958	1.959		2.020	.047
Kualitas Pelayanan	.179	.073	.222	2.456	.016
Variasi Menu	.125	.081	.140	1.542	.127
Harga	.432	.076	.522	5.708	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11, uji variabel kualitas pelayanan (X₁) menghasilkan nilai signifikan $0,016 < 0,05$ sedangkan variabel variasi menu (X₂) menghasilkan nilai signifikan $0,127 > 0,05$ dan variabel harga menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₃), memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan sedangkan

untuk variasi menu (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12 Hasil Uji Determinasi Adjusted (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.390	.366	1.647

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel 12 diketahui nilai *Adjusted R²* sebesar 0,366 yang artinya 36,6% menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Variasi Menu (X_2), dan Harga (X_3) dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya sebesar 63,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar variabel yang diteliti. Seperti promosi, diskon, dan suasana *Cafe*.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pembahasan yang diuraikan diperoleh hasil Uji F yang menunjukkan bahwa Hipotesis secara simultan semua variabel kualitas pelayanan, variasi menu dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan uji t diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Equal Cafe*. Akan tetapi, untuk variabel variasi menu secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga memiliki hubungan yang sangat erat terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dengan kualitas pelayanan yang diberikan dari segi kebutuhan pelanggan seperti tempat parkir yang cukup luas dapat menarik pelanggan, dan untuk harga sebagai faktor utama dalam kepuasan pelanggan dengan harga yang di bandrol sesuai dengan kantong mahasiswa dapat menarik minat pelanggan sedangkan untuk variasi menu yang ditawarkan sesuai dengan keinginan mahasiswa seperti menu yang ditawarkan tidak terlalu berat dan sesuai dengan yang diinginkan mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan, dkk, (2016) yang menunjukkan bahwa variasi menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Equal Cafe* sesuai dengan kebutuhan pelanggan seperti karyawan cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan dan penyediaan tempat

parkir yang luas dan gratis merupakan salah satu daya tarik bagi mahasiswa untuk berkunjung sehingga menciptakan keunggulan sendiri bagi perusahaan dibandingkan pesaing, semakin baik tingkat kualitas pelayanan terhadap para konsumen maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu pelayanan yang berkualitas juga mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Kotler & Armstrong, 2012) menyatakan kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari sebuah produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumelar, dkk, (2016), dan Nainggolan, dkk, (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa Variasi menu (X2) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini membuktikan bahwa variasi menu telah dianggap sudah memenuhi standar nongkrong bagi konsumen terutama mahasiswa. Dan variasi menu yang ditawarkan tidak terlalu di *upgret* karena untuk menu yang ditawarkan sudah terlalu cukup untuk menemani saat nongkrong baik dari cita rasa makanan serta porsi yang disediakan. Sehingga *Equal Cafe* sudah memenuhi kepuasan atas ketersediaan menu.

Hal ini sejalan dengan teori Kotler (2002:347) yang mengatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Hasil ini didukung oleh peneliti Putri (2016), yang menyatakan bahwa varian menu tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumelar, dkk, (2016) dan Nainggolan (2016), yang menyatakan bahwa variasi menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini membuktikan bahwa penentuan harga sangat penting bagi pelanggan di *Equal café* terutama mahasiswa, dengan harga yang di tawarkan sesuai kantong mahasiswa dapat memikat daya tarik tersendiri bagi pelanggan seperti kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan. Bila suatu produk mengharuskan pelanggan mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif sehingga tingkat kepuasan pelanggan terhadap harga juga akan menurun, begitu sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan teori Kotler (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto (2013) yang menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian yang juga dilakukan Cahyani (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

1. Variabel Kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Equal Cafe.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Equal Cafe.
3. Variabel Variasi menu berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Equal Cafe.
4. Variabel Harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Equal Cafe.

Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti beberapa keterbatasan dalam hal kemampuan dan pengalaman, oleh karena itu penulis tidak dapat mengungkapkan semua fakta dalam penelitian ini dengan baik. Keterbatasan tersebut yaitu dikarenakan tempat penelitian merupakan salah satu tempat bersantai dan nongkrong, sehingga responden terburu-buru dalam mengisi kuesioner yang membuat responden tidak mau berlama-lama meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab maka didapat beberapa saran sebagai berikut :

a. Bagi Equal Cafe

Perihal dengan kualitas pelayanan, variasi menu dan harga sudah dianggap memenuhi keinginan pelanggan. Saran bagi Equal Cafe diharapkan untuk membuat id card member bagi pelanggan setianya untuk mendapatkan diskon hingga kedepannya konsumen dapat berkunjung secara terus menerus. Begitu pula pada kualitas pelayanan, Equal Cafe harus menjaga kualitas pelayanan karena jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan semakin puas dan meningkat.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau menambah dengan variabel lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html> diakses pada tanggal 23 januari 2022 pada jam 20.41 WIB
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 164-173.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Ed. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit

- Eralangg
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Prenhallindo
- Malhotra, N. K (2007). *Marketing research (5thed)*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Nainggolan, L. P., & Pradhanawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 531-541.
- Putri, Y. S. (2016). PENGARUH VARIASI MENU MAKAN PAGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN PAKUAN DI GRAND ROYAL PANGHEGAR BANDUNG.
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Rosalin, G., & Soetanto, T. I. (2006). *Analysis of the Customers' Preferences In Deterining A Suitable Menu: A Case Study of River Side Oriental Cuisine Restaurant*. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , Vol.2 No. 2.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *“Pemasaran JasaPrinsip, Penerapan, dan Penelitian” Edisi I*. Yogyakarta :Andi.

- *) Eka Pitri Ramdani Adalah Mahasiswa FEB Unisma
**) Eka Farida Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
***) Khalikussabir Adalah Dosen Tetap FEB Unisma