

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Holaa Cafe Di Gresik

Aulia Aufa Diana*

Rois Arifin**

Satria Putra Utama***

Email. auliaaufa4567@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to examine and explain the effect of product quality, price and service quality on the decisions of visitor satisfaction with Holaa Cafe in Gresik. This research is a quantitative type of research. The method used is multiple linear regression. The sampling technique uses the formula from Solvin with the calculation results of 75 samples. To solve the problems in this study using SPSS with the help of validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression analysis, multicollinearity test, heteroscedasticity test, F test, and t test. The results showed that simultaneously. Variables of Product Quality, Price and Service Quality have a significant simultaneous effect on the Decisions of Holaa Cafe Visitors in Gresik. And there is a partial influence between product quality, price and service quality on the decisions of visitor satisfaction with Holaa Cafe in Gresik.

Keywords: *Product Quality, Price and Service Quality on Visitor Decisions*

Pendahuluan

Penduduk Indonesia semakin padat setiap tahunnya. Selain semakin padat, penduduk Indonesia pun semakin konsumtif dalam melakukan transaksi. Salah satu kegiatan konsumtif masyarakat saat ini seperti mengonsumsi makanan dan berkumpul. Dalam perkembangan bisnis di era yang ketat seperti sekarang membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proposisi nilai. Perbandingan Holaa Cafe dengan cafe lain di daerah Panceng adalah dari segi harga, fasilitas dan kualitas pelayanannya karna kebanyakan cafe harganya lebih mahal tetapi tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dari segi fasilitas Holaa Cafe yang menjadi cafe pertama yang menyediakan fasilitas yang lebih moderen. Begitu juga dengan pelayanannya, di Holaa Cafe pelayanannya yang lebih cepat di banding cafe lain. Holaa Cafe juga menawarkan berbagai macam menu, mulai dari minuman makanan ringan hingga makanan berat dan hidangan penutup, fasilitas yang ditawarkan Holaa Cafe menjadi pertimbangan. Holaa Cafe memiliki area parkir aman dan luas, mushala, *meeting room*, Wi-Fi dan persewaan *scooter* dan *playground*.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Saputri (2018) bahwa kepuasan adalah responden konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Kepuasan dapat dinilai dari istimewa suatu produk tersebut. Harga dapat diartikan sebagai jumlah (kesatuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan produk (Tjipto dkk 2012:231). Harga menjadi pameran yang sangat penting agar terjadi transaksi antara produsen dengan konsumen. Maka dari itu, penetapan harga secara lengkap sangat penting bagi perjalanan bisnis terutama di Holaa Cafe karena harga menjadi salah satu target dalam perusahaan.

Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang

diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan menurut Lewis dan Booms dalam (Tjipto 2017:142) Rofiqoh (2022) mengatakan bahwa bila kualitas layanan yang baik tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas dan mempengaruhi sikap pelanggan pada masa mendatang. Tujuan kualitas pelayanan yaitu untuk menumbuhkan kepercayaan pada konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen. Sehingga kualitas layanan bisa dilihat dari bagaimana perusahaan bisa memenuhi harapan atau ekspektasi konsumen secara konsisten dan profesional. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi- fungsinya, produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Harga

Menurut Assauri (2015:352) harga adalah “segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu”. Sesuatu itu dapat berupa produk fisik dalam berbagai tahap penyelesaian, dengan atau tanpa pelayanan dukungan, dengan atau jaminan mutu, dan sebagainya, atau juga dapat berupa jasa murni. Harga memainkan bagian yang sangat penting dalam bauran pemasaran, karena penetapan harga memberikan penghasilan bagi bisnis, sedangkan elemen-elemen lain menimbulkan harga.

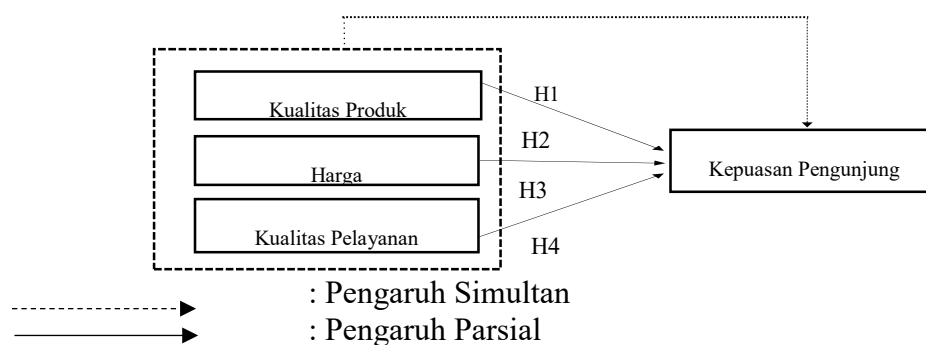
Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Kepuasan Pengunjung

Kotler & Keller (dalam Dionisius Apecilus Nggaur: 2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang puas dan kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja sejalan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas, sebaliknya bila kinerja tidak sejalan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan kecewa

Gambar 1. Model Penelitian



H1 : Bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik.

H2: Bahwa Kualitas Produk berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik.

H3 : Bahwa Harga berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik.

H4 : Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian mempergunakan metode kuantitatif untuk menentukan pengaruh dari variabel penelitian terhadap variabel lain. Penelitian menggunakan referensi data primer yang diperoleh dari hasil pengumpulan data secara *online* dengan kuesioner menggunakan alat pengumpulan data berupa *google form*.

Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah responden yang berkunjung di Holaa Cafe yang belum diketahui jumlahnya secara pasti. Sedangkan Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus malhotra, sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden.

Sampel

Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Kriteria dalam penelitian ini yaitu Pengunjung yang pernah melakukan pembelian lebih dari 1 kali di Holaa Cafe di Gresik.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel 1. Hasil Uji F (Simultan)

F	Sig.
46.137	.000

Sumber: Data diolah Januari 2023

berdasarkan tabel 1 didapat nilai Sig. 0.000 lebih kecil daripada 0,05 (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Pengunjung (Y).

Uji t (Parsial)

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

	t	Sig.
(Constant)	3.051	.003
Kualitas Produk	2.754	.005
Harga	5.474	.000
Kualitas Pelayanan	2.754	.007

Sumber: Data diolah Januari 2023

Berdasarkan hasil uji t yang sudah didapatkan pada tabel 2, maka dapat dihasilkan keterangan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X3)

Diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t adalah 2.754 dan signifikansinya adalah 0,003 yang lebih kecil dari 0,005. Dari sini dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan Pengunjung

b. Harga (X2)

Diketahui bahwa variabel Harga (X2) memiliki nilai t adalah 5.474 dan signifikansinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat diartikan bahwa variabel Harga (X2)

berpengaruh terhadap variabel kepuasan Pengunjung

c. Kualitas Pelayanan (X1)

Diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t adalah 2.754 dan signifikansinya adalah 0,007 yang lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan Pengunjung.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.813 ^a	.661	.647	.943

Sumber: Data diolah Januari 2023

Berdasarkan pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted* R^2 pada penelitian adalah 0,647 (64,7%), berarti bahwa kemampuan variabel (X1), (X2), dan (X3) menerangkan variasi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 64,7% dan sisanya diterangkan oleh variabel independen dengan nilai 35,3%.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Secara Simultan

Hasil perhitungan yang telah didapat untuk variabel Kepuasan Pengunjung diuji secara Simultan F menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Simultan (bersama-sama Kepuasan Pengunjung). Hasil penelitian Shartykartini dkk (2016), Kubroa dkk (2017), Abidin (2021), Lorensa dkk (2022) dan Zahro dkk (2018) yang menyatakan hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil uji dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan Pengunjung (Y) yang diuji secara parsial menggunakan uji t . Yang mana hasil dari uji t tersebut menghasilkan nilai positif dan signifikan sebesar 0,005 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian Shartykartini dkk (2016), Kubroa dkk (2017) dan Zahro dkk (2018) yang menyatakan hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil uji dapat diketahui bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan Pengunjung (Y) yang diuji secara parsial menggunakan uji t . Yang mana hasil dari uji t tersebut menghasilkan nilai positif dan signifikan sebesar 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian Abidin (2021), Lorensa dkk (2022) dan Setiani dan Maskur (2022) yang menyatakan hasil Penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil uji dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan Pengunjung (Y) yang diuji secara parsial menggunakan uji t . Yang mana hasil dari uji t tersebut menghasilkan nilai positif dan signifikan sebesar 0,007 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian Setiani dan Maskur (2022), Shartykartini dkk (2016) dan Kubroa dkk (2017) yang menyatakan hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas

Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan mendorong kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.
- Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan oleh Holaa Cafe maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.
- Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi pula tingkat kualitas produk yang diberikan oleh Holaa Cafe maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.
- Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Holaa Cafe di Gresik. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Holaa Cafe maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- Keterbatasan responden di dalam penelitian ini di mana yang diambil sebagai sampel hanya berjumlah 75 sampel yang merupakan pengunjung Holaa Cafe di Gresik sehingga hasil dari penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan secara keseluruhan.
- Keterbatasan jumlah variabel penelitian, di mana penelitian ini hanya meneliti variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Maka saran untuk penelitian selanjutnya agar supaya menambah jumlah variabel penelitian seperti promosi, social media marketing, dan lain sebagainya.

Saran

Dengan adanya keterbatasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

- Respon responden terhadap variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan Holaa Cafe sudah dalam kategori baik, dengan 29 laki-laki dan 46 perempuan. Oleh karena itu, Holaa Cafe perlu melanjutkan kegiatan pemasarannya dengan baik.
- Menurut hasil analisis kepastian, persentase dampak kegiatan produk, harga dan pelayanan pada variabel daya tarik paling rendah sebesar 64,7% Oleh karena itu, sebaiknya Cafe lebih memfokuskan harga untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dijual.
- Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan Holaa Cafe, mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi setiap tahap kepuasan pengunjung untuk meningkat kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Referensi

- Abidin, (2021). *Pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi kasus pada konsumen Mystic Coffe di Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)*
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Febriansyah dan Triputra, Gerry. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

- Kepuasan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, Vol 7. No 1.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Haryanto, R. A. (2013) Strategi Promosi kuitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran mcdonald's manado. *Jurnal EMBA*, 1(4). 1465-1473. Issn, P. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , Vol . 11 No . 1 Juli 2022 E - ISSN : 2654-5837 , Hal 702 – 709 Oleh: 11(1).
- Kubroa, I., Putra, Y. Y., dan Yusra, Z. (2017). Kontribusi Persepsi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Kafe di Payakumbuh. *Jurnal RAP UNP*:8(2):135–146. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/psikologi/article/view/9224>
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Kloter, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajrmen Pemasaran; Edisi ketiga belas. Jilid 1. (Sabran. Terjemahan)*. Jakarta Erlangga.
- Kloter, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2 Jakarta : PT. Indeks*.
- Lemana, Rosa. (2017), Pengaruh Buaran Pemasaran : Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada toko H. Uding Cisauk Tangerang). *Jurnal Pemasaran*
- Lorena, (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen Cafe Apung Rawa Kalmpok)
- Malhotra , Naresh K. (2006). Riset Pemasaran : Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, Vol 01. No 01.
- Sharty Kartini, S., Firdaus, R., dan Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Wawasan Manajemen*. 4(1): 41– 42.
- Produk, P. K., Dan, H., Kecamatan, C., Kota, L., Zahro, A. D., Nuringwahyu, S., Zunaida, D., Mt, J., Malang, H., Indonesia, J. T., Unisma, L., Mt, J., Malang, H., dan Indonesia, J. T. (n.d.). *Terhadap Kepuasan Konsumen*. 4, 59–68.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setyowati, Selfi, dan Sari, Novita. (2107). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Pb Swalayan Metro. *Jurnal Managemen Megister*, Vol 03. No 02.
- Tjiptono, Fandy. (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia* : Jakarta.
- Tjiptono, F. 2012 *Strategi Pemasaran*, Jogjakarta : Andi.

Aulia Aufa Diana* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin Adalah Dosen Tetap FEB Unisma**

Satria Putra Utama* Adalah Dosen Tetap FEB Unisma**