

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Kopi Dua Gunung Pasuruan Pada Konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan

Muhammad Dzulkifli ¹

Agus Widarko ²

Kartika Rose Rachmadi ³

Email : mdzulkifli21@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

In the current era of globalization in Indonesia occurs very quickly and provides many changes and developments in various fields, conditions like this that require all companies or organizations to be more creative and competitive in dealing with changes and developments that occur. Globalization that occurs in Indonesia occurs in all areas of life including the economic field. One of the businesses that is in great demand in the city of Pasuruan is UMKM that produces coffee. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Service Quality, Product Quality and Price on Customer Satisfaction at Umkm Kopi Dua Gunung Pasuruan. This research method uses quantitative methods. The population in this study were all consumers who had bought UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. The number of samples used was 96 respondents. The data analysis technique uses descriptive and inferential statistical methods with the help of SPSS. The results showed that service quality, product quality and price had a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

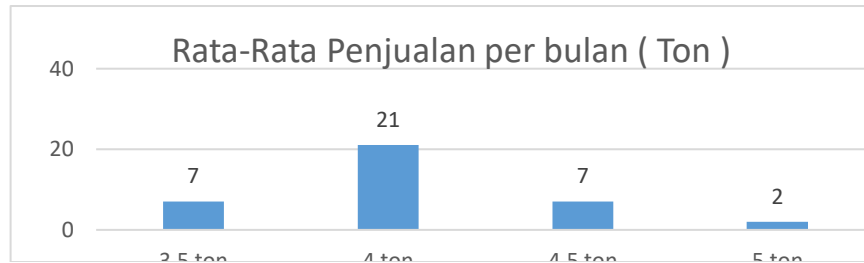
Pada era saat ini globalisasi Di Indonesia terjadi sangat cepat dan memberikan banyak perubahan dan perkembangan diberbagai bidang, kondisi seperti inilah yang menuntut semua perusahaan ataupun organisasi untuk lebih kreatif dan kompetitif dalam menghadapi perubahan dan perkembangan yang terjadi. Globalisasi pada intinya adalah suatu proses dari gagasan yang dimunculkan, kemudian ditawarkan untuk diikuti oleh bangsa lain yang akhirnya sampai pada satu titik kesepakatan bersama dan menjadi pedoman bersama bagi bangsa-bangsa di seluruh dunia.

Kehadiran globalisasi tentunya memberikan pengaruh untuk kehidupan setiap Negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi yang terjadi di Indonesia terjadi di semua bidang kehidupan termasuk bidang ekonomi. Salah satu kota di Indonesia yaitu kota Pasuruan dalam perkembangannya di bidang ekonomi memunculkan banyaknya pengusaha diberbagai bidang. Salah satu usaha yang sedang banyak diminati di kota Pasuruan adalah UMKM yang memproduksi kopi.

Warga Indonesia memiliki budaya meminum kopi yang, masyarakat Indonesia biasa memulai kegiatan pagi dengan meminum secangkir kopi sembari membaca berita atau sekedar mengobrol santai dengan keluarga dan teman. Kebiasaan meminum kopi ini membuat kebutuhan kopi di Indonesia cukup tinggi. Menurut catatan *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi Indonesia tahun 2019 3,6 juta karung. Sedangkan pada 2020 sebanyak 5 juta karung. Dalam sepuluh tahun terakhir konsumsi tumbuh 3,7%, tertinggi kedua di antara negara-negara produsen kopi. Indonesia juga merupakan satu negara produsen kopi terbesar di dunia dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, produksi

kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada tahun 2021. Jumlah tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton. Selain itu, produksi kopi Indonesia pada tahun lalu menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Sumatra Selatan merupakan produsen kopi terbesar di Indonesia sepanjang 2021. Jumlah produksi kopi di provinsi ini mencapai 201,40 ribu ton. Lampung menyusul dengan jumlah produksi kopi sebanyak 118 ribu ton. Kemudian, Sumatra Utara dan Aceh masing-masing memproduksi kopi sebanyak 76,80 ribu ton dan 74,20 ribu ton.

Oleh Karena Itu di kota Pasuruan khususnya di daerah pegunungan Arjuno dan welirang terdapat berbagai macam jenis kopi yang berkualitas, di antaranya adalah kopi arabika arjuno, kopi arabika welirang, kopi robusta arjuno, kopi robusta welirang, kopi robusta kencis, dan kopi liberika (Nangka).



Gambar 1 Penjualan Umkm Kopi Dua Gunung dari Tahun 2020-2023

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen Menurut Kotler dan Armstrong (Kotler, Philip and Armstrong, 2012) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Menurut Zeithaml dan Bitner (Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, n.d.) definisi kepuasan adalah: Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2014)(Fandi, 2014) kepuasan konsumen berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai.

Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan pastinya ingin memberikan yang paling terbaik untuk konsumennya, yaitu salah satunya dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumennya agar mereka merasa senang dan puas terhadap pelayanan yang telah kita berikan sehingga konsumen akan selalu melakukan pembelian secara berulang dan bisa berkunjung kembali, Menurut (Tjiptono, 2012) kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen, berdasarkan wujudnya klasifikasi produk yaitu barang dan jasa. Menurut (Tjiptono, 2012) kualitas produk adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan lainnya.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut (Kotler, 2010) mendefinisikan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergabung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan

yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut (wibowo, 2014) kualitas didefinisikan sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2012) .

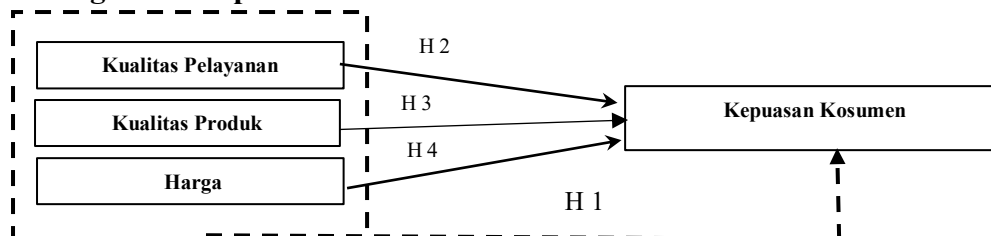
Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk yang terdiri dari:

- Pasar (*market*)
- Uang (*money*)
- Manajemen (*management*)
- Manusia (*human*)
- Motivasi (*motivation*)
- Bahan (*material*)

Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menurut (Kotler & Armstrong, 2010) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut (Fandi, 2014) harga adalah sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H1: Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan
- H2: Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.
- H3: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.
- H4: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam kuantitatif karena analisis datanya bersifat kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (peroleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistika atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)(Sujarweni, 2015).

Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan SPSS. Penelitian ini dilakukan setelah seluruh data dari responden dan sumber lainnya telah terkumpul. Statistik deskriptif yaitu penyajian data yang berbentuk tabel, diagram, grafik, dan besaran lain. Statistik deskriptif ditujukan untuk menarik kesimpulan dari suatu populasi melalui analisis sampel. Sedangkan statistik inferensial bisa digunakan untuk melakukan estimasi dan menarik kesimpulan dari populasi terhadap sampel.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan media kuesioer. Kuesioner yang diberikan pada responden sehingga responden bisa langsung bisa memilih alternative jawaban yang telah tersedia. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain dan untuk melihat bagaimana hubungan variabel eksogen Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel/Indikator		Nilai r	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.812	0. 201	valid
	X1.2	0.883	0. 201	valid
	X1.3	0.794	0. 201	valid
	X1.4	0.852	0. 201	valid
	X1.5	0.855	0. 201	valid
Kualitas Produksi (X2)	X2.1	0.266	0. 201	valid
	X2.2	0.401	0. 201	valid
	X2.3	0.341	0. 201	valid
	X2.4	0.385	0. 201	valid
	X2.5	0.451	0. 201	valid
	X2.6	0.416	0. 201	valid
	X2.7	0.437	0. 201	valid
	X2.8	0.423	0. 201	valid
Harga (X3)	X3.1	0.480	0. 201	valid
	X3.2	0.427	0. 201	valid
	X3.3	0.552	0. 201	valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0.444	0. 201	valid
	Y2	0.354	0. 201	valid
	Y3	0.476	0. 201	valid
	Y4	0.523	0. 201	valid
	Y5	0.527	0. 201	valid
	Y6	0.515	0. 201	valid
	Y7	0.493	0. 201	valid
	Y8	0.553	0. 201	valid
	Y9	0.464	0. 201	valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013). Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari indikator – indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya memiliki nilai kolerasi diatas 0. 201. Hal ini berarti bahwa jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.808	0.70	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.770	0.70	Reliabel
Harga (X3)	0.798	0.70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.743	0.70	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

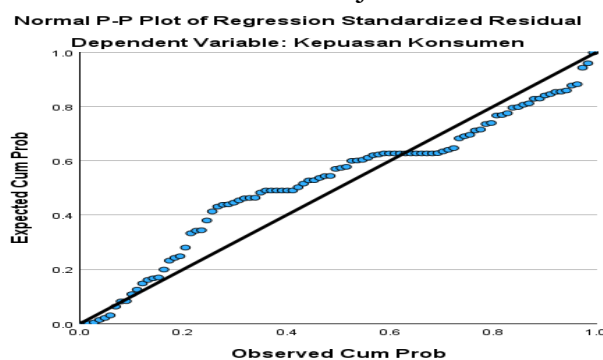
Kriteria penilaian uji realibilitas menurut Nunnally (1994) yang dikutip oleh Ghazali (Ghozali, 2013) adalah jika nilai *Crinbach's Alpha* > 0,70 maka instrumen penelitian dianggap reliabel (Ghozali, 2013). Berdasarkan tabel diatas tersebut hasil pengujian yang dilakukan terhadap reliabilitas kuesioner diperoleh hasil bahwa nilai Cronbach's Alpha kesemua variabel lebih besar dari 0,70. Kondisi ini memberikan arti bahwa instrumen penelitian dianggap realibel.

Uji Normalitas

Menurut Singgih Santoso (2012:322), metode yang digunakan adalah pengujian secara visual dengan metode gambar *normal probability plots* dalam program SPSS yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik

Pada uji *Kolmogorov-Smirnov* jika hasil *output* (nilai sig.) lebih dari 0,05 (α), hal ini berarti nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang teruji pada tabel 4.3.3 memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,001 berada diatas 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual seluruh variabel tersebut terdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik *Normal Probability Plot* dengan ketentuan jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut maka model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas. Adapun uji normalitas dengan menggunakan grafik *normal probably plot of regression standart residual* didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 2. Grafik Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Hasil grafik pada gambar 4.4 menunjukkan bahwa grafik memberikan pola titik – titik mendekati garis diagonal. Sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dipakai dalam analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.661	1.514
	Kualitas Produk	.524	1.910
	Harga	.485	2.061

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Ghozali (Ghozali, 2017) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel. Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF (*Variances Inflation Factor*) tinggi. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas yaitu:

- 1) Jika nilai VIF < 10,00 atau nilai Tolerance > 0,01 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- 2) Jika nilai VIF > 10,00 atau nilai Tolerance < 0,01 maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi

Berdasarkan tabel atas hasil uji multikolineritas diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai 0.661 dan nilai VIF 1.514, pada variabel Kualitas Produk memiliki nilai *tolerance* 0.524 dan nilai VIF 1.910, pada variabel Harga memiliki nilai *tolerance* 0.485 dan nilai VIF 2.061. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan juga nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, maka model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.730	1.873		.013
	Kualitas Pelayan	.103	.088	.144	.247
	Kualitas Produk	-.077	.066	-.163	.245
	Harga	-.192	.150	-.185	.203

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Uji heteroskedastisitas menurut Ghazali (Ghazali, 2017) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka akan disebut homoskedastisitas. Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan uji *glesjer*. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glesjer* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) > dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) < dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain, jika dalam pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka data dikatakan terdapat heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikansi > 0,05 maka data dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.850	2.699		.157
	Kualitas Pelayanan (X1)	.408	.127	.229	.002
	Kualitas Produk (X2)	.235	.095	.198	.015
	Harga (X3)	1.376	.216	.529	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Teknik yang di gunakan adalah teknik analisis data regresi linear. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menganalisis Berdasarkan tabel 4.6 hasil analisis regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3850 + 0.408 X_1 + 0.235 X_2 + 0.1376 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Konsumen	X ₁	= kualitas Pelayanan
α	= Konstanta	X ₂	= Kualitas Produk
β ₁ , β ₂ , β ₃	= Koefisien regresi	X ₃	= Harga
e	= Kesalahan residual (error)		

Penjelasan:

- Nilai a sebesar 3850 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Kepuasan Konsumen (Y) belum dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Kualitas Produk (X₂), dan Harga (X₃).
- Nilai koefisien regresi Kualitas pelayanan sebesar 0.408, hal ini menunjukkan apabila Kualitas Pelayanan semakin baik maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0.235, hal ini menunjukkan apabila Kualitas Produk meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat.
- Nilai koefisien Harga sebesar 0.1376, hal ini menunjukkan apabila harga semakin terjangkau maka Kepuasan Konsumen akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1532.582	3	510.861	69.100	<.001 ^b
	Residual	680.157	92	7.393		
	Total	2212.740	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelaynan, Kualitas Produk

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji F (Uji Simultan) pada tabel 4.7.1 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 69.100 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang mana nilai signifikansi < 0,05 Sehingga variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.850	2.699		1.426	.157
	Kualitas Pelaynan	.408	.127	.229	3.217	.002
	Kualitas Produk	.235	.095	.198	2.481	.015
	Harga	1.376	.216	.529	6.376	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

1) Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7.2 Kualitas Pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.002 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan

2) Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7.2 Kualitas Produk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.015 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan

3) Variabel Harga

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7.2 Variabel Harga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.001 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.

Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 8. Determinasi (R^2)**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.693	.683	2.719

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7.3 menunjukkan bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,683 atau 68,3%. Hal ini menjelaskan bahwa persentase variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 68,3% dan 31,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Semakin tinggi dan baik kualitas pelayanan yang diberikan UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen yang telah berkunjung, Pelayanan yang ramah dan sopan membentuk karakter konsumen yang merasa dihargai saat membeli suatu produk.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Kualitas produk yang lebih tinggi dan lebih baik dari beberapa kompetitor membuat para konsumen merasa puas terhadap produk yang telah di beli
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Harga memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan konsumen, yang dapat diukur dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat bahwa semakin tinggi maka tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat.

Keterbatasan Penelitian

Adapun yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel independen yang dipergunakan dalam penelitian yaitu, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang pernah membeli produk pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan dengan mengambil data sampel sebesar 96 orang responden dari banyaknya konsumen yang tidak diketahui populasinya.
- c. Data primer yang didapat hanya dengan memberikan kuesioner online tanpa dilengkapi wawancara secara langsung dengan responden.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Maka saran yang dapat peneliti sampaikan, sebagai berikut:

- a) Bagi UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi bahan evaluasi dalam strategi pemasaran untuk lebih mempertahankan dan meningkatkan Kualitas

Pelayanan, Kualitas Produk, dan keterjangkauan Harga yang mana dapat menjadi alasan untuk para konsumen merasa puas terhadap apa yang mereka rasakan atas pembelian pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.

- b) Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel independen lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Referensi

- Ghozali. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. . (2017). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing. Pearson.
- Kotler. (2019). Kualitas Layanan, Harga Dan Cipta Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen,. Jombang : Lppm.
- Santoso, S. (2012). Statistik Multivariat: Konsep dan aplikasi dengan program SPSS. PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2012). Service management: Mewujudkan layanan prima. Andi Offset
- Tjiptono. (2019). Kualitas Layanan, Harga Dan Cipta Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. Jombang : Lppm.
- Tjiptono, F. (2014). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Andi Offset
- Widodo Slamet. (2021). pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen molivia café. 13.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D. D. G. (n.d.). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill.

Muhammad Dzulkifli ¹ Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Agus Widarko ² Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Kartika Rose Rachmadi ³ Adalah Dosen Tetap FEB Unisma