

# kedai\_warsu\_JOURNAL.pdf

*by*

---

**Submission date:** 15-Feb-2021 10:49AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1509675443

**File name:** kedai\_warsu\_JOURNAL.pdf (432.24K)

**Word count:** 3538

**Character count:** 21968

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI WARSU COFFE CAFE

**10** Risatul Umami  
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**As'at Rizal**  
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
email: [asatrizal@gmail.com](mailto:asatrizal@gmail.com)

**27** Sumartik  
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

## ABSTRACT

This research finds out the effect of product, price and service quality toward customer satisfaction both partially and simultaneously at Warsu Coffe Cafe. It is descriptive research with a quantitative method. The data were collected using questionnaires and documentation. The populations were the consumers who visited and bought a product in Warsu Coffe Cafe. The samples were 87 respondents that were chosen by using nonprobability sampling technique with incidental sampling type. The analysis technique used multiple linear regression. The result showed that both partially and simultaneously, the product, price, and service quality affect customer satisfaction. The most dominant influence is product quality on customer satisfaction, it shows that the Warsu Coffee Cafe has good product quality.

**Keywords:** product quality, price, and service quality, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dunia bisnis semakin hari semakin berkembang. Hal ini membuat perusahaan tidak akan terlepas dari persaingan yang ada sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan sistem pemasaran yang baik pada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri ataupun jasa.

Di Indonesia salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang kuliner. Persaingan yang sengit dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya penyedia bisnis kuliner yang menyediakan dan menawarkan produk yang sama akan tetapi ada perbedaan dari segi pelayanan maupun harga dari masing-masing bisnis kuliner.

Sebuah penyedia layanan dituntut untuk memberikan suatu produk atau jasa dengan kualitas yang baik, baik dalam segi kualitas produk, kualitas pelayanan ataupun dapat memberikan harga produk atau jasa yang lebih terjangkau, sehingga konsumen akan merasa kebutuhannya terpenuhi serta akan menciptakan sebuah kepuasan dari dalam diri konsumen.

Kota Sidoarjo menduduki kategori sebagai kota terbesar di Jawa Timur. Kota ini terus mengalami perkembangan seperti bertambahnya lembaga pendidikan, pusat perdagangan, industri dan perkantoran. Perkembangan pusat pendidikan yang ada di kota Sidoarjo membuat pertumbuhan penduduk remaja yang semakin padat di kota tersebut. Situasi seperti ini dimanfaatkan oleh para pembisnis untuk menciptakan maupun pengembangan sebuah bisnis guna untuk mendapatkan keuntungan yang lebih.

Fenomena menjamurnya bisnis yang ada di kota Sidoarjo, yang di mulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan, bisnis kuliner yang berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe. Sampai bisnis yang skalanya besar seperti restoran. Hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk meneliti bisnis kuliner yang berfokus pada salah satu kuliner yaitu Kedai Warsu Coffe. Salah satu bisnis kuliner yang ada di kabupaten Sidoarjo.

Kedai Warsu Coffe ini menyediakan berbagai menu makanan serta minuman. Tetapi, Kedai ini terkenal dengan minuman favorit para konsumen yaitu susu murni dan minuman herbal seperti

wedang jahe STMJ dan sebagainya. Minuman itulah yang membuat pada konsumen terus mendatangi Kedai Warsu Coffe untuk membeli produk favorit yang tersedia. Kedai Warsu Coffe selalu memberikan kualitas produk yang menyehatkan serta selalu menjaga nilai herbal yang terkandung dari bahan peracik makanan serta minuman. Untuk makanan yang di tawarkan di Kedai ini juga tersaji rapi dengan tambahan hiasan yang dapat mempercantik sajian produk makanan atau minumannya. Karena bahan yang di gunakan dalam meracik makanan ataupun minuman di Kedai ini sangat berkualitas, maka tingkat kualitas produk dalam segi rasa dan khasiat sangat baik untuk kesehatan. Semua strategi yang dilakukan oleh Kedai Warsu Coffe dalam memberikan kualitas produk, penetapan harga serta kualitas pelayanan, semata-mata untuk membuat konsumen merasa puas dengan sajian yang <sup>8</sup>di berikan oleh Kedai Warsu Coffe, sehingga jika konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan yang loyal.

### KAJIAN TEORI

Memperkuat analisis di bawah ini dikemukakan beberapa teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

#### Pemasaran

Menurut Swastha dan Irawan (2003) pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang dilakukan oleh seorang pengusaha didalam usahanya dengan tujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk dapat berkembang dan mendapatkan <sup>6</sup>sebuah laba. Menurut <sup>10</sup> menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dimana dapat <sup>6</sup>mbuat individu dan keolmpok akan mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta <sup>inginkan</sup> lewat penciptaan serta pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

#### Produk

Menurut <sup>8</sup>ma (2000) menyatakan bahwa produk adalah seperangkat atribut yang berwujud ataupun tidak berwujud, yang <sup>18</sup>masuk didalamnya adalah warna, harga, Brand toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pengecer yang diterima oleh pembeli dalam rangka untuk memuas<sup>20</sup> keinginannya. Menurut Lupiyoadi (2011) menyatakan bahwa produk merupakan keseluruhan dari konsep objek atau suatu proses

yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.

#### Kualitas Produk

Menurut Runtunuwu dan Oroh (2014), kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

#### Harga

Menurut Kotler dan Keller (2001), harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mengh<sup>12</sup>kan pendapatan. Harga adalah juga merupakan salah satu elemen yang paling dapat dikatakan fleksible dari bauran pemasaran.

#### Kualitas Pelayanan

Menurut Yuniar dan Setyorini (2015), kualitas pelayanan adalah kualitas (quality) totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa dimana bergantung pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat.

#### Hipotesis

##### Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Solihin (2014) memaparkan bahwa sebuah produk disebut memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk lainnya apabila produk tersebut memiliki kinerja lebih baik dalam memuaskan kebutuhan konsumen.

H1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

##### Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Handoko (2016) harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula, sehingga akan muncul kepuasan pada diri konsumen. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya dan konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan.

H2. Harga Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

### Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Amrullah, Siburian, dan Zainurosalamia (2016) pelayanan terbaik pada pelanggan (excellent) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan). Teori lain dipaparkan oleh [31] kualitas layanan merupakan sebuah komponen penting yang merupakan penentu yang penting dalam pencapaian kepuasan.

H3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

### METODE PENELITIAN Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis yang disertai dengan studi empiris jurnal sebelumnya sebagai pelengkap untuk mendukung kesimpulan secara matematis atau statistik. Pendekatan kuantitatif diambil karena melalui pendekatan ini proses penelitian dapat dilakukan secara terstruktur dan menggunakan sampel penelitian dalam jumlah besar yang dianggap dapat mewakili populasi yang diteliti, maka hasil yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan sesuatu yang bersifat konklusif untuk populasi dari mana sampel tersebut diambil (Malhotra, 1996).

### Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan di Pasar Tas 5 Pujasera No. 9, Plintahan, Wonoplintahan, Prambon, Kabupaten Sidoarjo. Populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak terbatas [32] tidak diketahui jumlahnya. Populasi yang dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Kedai Warsu Cofee. Sampel pada penelitian ini sebanyak 87 responden, menggunakan rumus seperti yang dikemukakan oleh [20] sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(a)^2}$$

Keterangan :  
n = Ukuran sampel/Jumlah responden  
N = Ukuran Populasi  
 $\alpha$  = Toleransi ketidakteelitian (dalam persen).

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai  $a = 0,1$  (10%) untuk populasi minimal 476

$$n = \frac{617}{1 + 617(0,1)^2}$$
$$n = \frac{617}{7,17}$$
$$n = 86,05$$

Bila dibulatkan dan disesuaikan dalam penelitian maka banyaknya sampel sebesar 87 responden.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dari penyebaran kuesioner [54] dan wawancara dengan Pengelola kedai. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literature dan data berkaitan dengan kondisi internal dari Kedai Warsu

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sekaran (2006) kuesioner adalah daftar pertanyaan yang tertulis dan telah di rumuskan sebelumnya yang akan di jawab oleh responden, biasanya dalam alternative yang di definisikan dengan jelas. Kuesioner sendiri dapat di berikan secara pribadi, disuratkan kepada responden atau dapat di sebarakan secara elektronik. Dalam penelitian ini kuesioner di sebarakan kepada responden yang pernah membeli di Kedai Warsu Cofee.

### PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini dilakukan secara bertahap yang meliputi:

### Pengujian Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas di gunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner. suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pada hasil pengujian validitas menyatakan bahwa hasil penelitian seluruh item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel (Y) memiliki nilai korelasi diatas  $r_{kritis}$  yang bernilai 0,30 ( $>0,30$ ) sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang tersedia adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

**Tabel 1**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X <sub>1,1</sub>	0,690	0,30	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,662		Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,745		Valid
	X <sub>1,4</sub>	0,697		Valid
	X <sub>1,5</sub>	0,702		Valid
Harga (X2)	X <sub>2,1</sub>	0,815		Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,756		Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,816		Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X <sub>3,1</sub>	0,613		Valid
	X <sub>3,2</sub>	0,690		Valid
	X <sub>3,3</sub>	0,741		Valid
	X <sub>3,4</sub>	0,765		Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y <sub>,1</sub>	0,660		Valid
	Y <sub>,2</sub>	0,691		Valid
	Y <sub>,3</sub>	0,775		Valid
	Y <sub>,4</sub>	0,820	Valid	

Sumber: Data diolah

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	$r_{kritis}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,737	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,708		Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,661		Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,722		Reliabel

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat masing-masing variabel berstatus reliabel karena nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Sehingga variabel ini dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian selanjutnya.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Linieritas

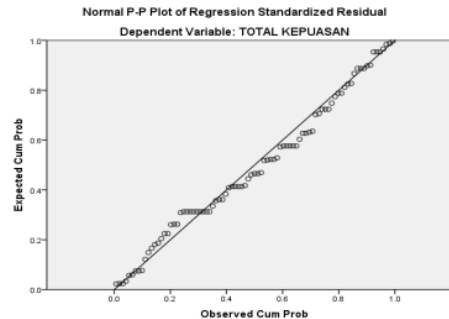
Dari hasil pengujian linieritas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), dan kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) mempunyai hubungan yang linier terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpola linier terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Linearitas**

Variabel	F	Sig. Linearity	Kondisi	Kesimpulan
X <sub>1</sub> □ Y	182,353	0,000	Sig. <0,05	Linier
X <sub>2</sub> □ Y	56,999	0,000	Sig. <0,05	Linier
X <sub>3</sub> □ Y	171,174	0,000	Sig. <0,05	Linier

Sumber : data diolah

#### Uji Normalitas



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji pengujian normalitas penelitian ini menunjukkan bahwa grafik Normal Probability Plot yang mensyaratkan bahwa data harus berada di wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas maka hasil ini telah memenuhi syarat Normal Probability Plot. Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal.



**Tabel 4**  
**Hasil Uji Kolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Toleranc e	VIF
Kualitas Produk (Total X1)	,301	3,326
Harga (Total X2)	,612	1,634
Kualitas Pelayanan (Total X3)	,248	4,025

Sumber : data diolah

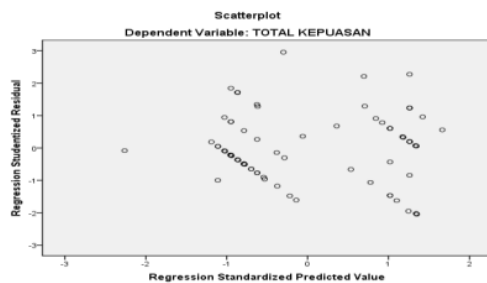
a. Dependent Variable: Kepuasan  
Konsumen (Total Y)

#### Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil uji pengujian multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10) dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 (>0,1) sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas. Artinya bahwa diantara variabel bebas (kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan) tidak saling mempengaruhi.

#### Uji Heterokedastisitas

Pada hasil pengujian heteroskedastisitas diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data yang digunakan pada penelitian ini menyebar disekitar angka 0 dari garis sumbu Y. Hal ini berarti bahwa variabel bebas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
Sumber data diolah

#### Uji Autokorelasi

Pada hasil pengujian autokorelasi penelitian ini, nilai Durbin-Watson dari perhitungan DW

sebesar 2,186 dan nilai ini berarti bahwa  $dL < d < 4 - dU$  ( $1,5808 < 2,186 < 2,2768$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y = 0,643 + 0,394X_1 + 0,264X_2 + 0,275X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = kepuasan konsumen
- $\alpha$  = konstanta
- $b_1$  = koefisien regresi  $X_1$
- $b_2$  = koefisien regresi  $X_2$
- $b_3$  = koefisien regresi  $X_3$
- $X_1$  = kualitas produk
- $X_2$  = harga
- $X_3$  = kualitas pelayanan
- e = standart error

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Beta		
(Constant)	0,643	1,038	,620	,537
Kualitas Produk (Total X1)	,394	,028	,487	,000
Harga (Total X2)	,264	,099	,190	,009
Kualitas Pelayanan (Total X3)	,275	,110	,280	,015

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Total Y)

Sumber : data diolah

#### Pengujian Hipotesis

##### Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,779 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,662. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffe.

##### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,658. Hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,662. Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak

dan  $H_2$  diterima, artinya variabel harga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  2,494. Hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  2,494 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,662. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Uji Simultan (Uji F)

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 78,939 sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar  $k=3$  dan  $df_2 = n-k-1$  ( $87-3-1=83$ ) maka didapat nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,71. Oleh karena itu  $F_{hitung}$  78,939 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,71 (25) tabel diatas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$  maka dapat diartikan variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

**Tabel 6**  
Hasil Uji Pengaruh Simultan

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	228,02	3	76,005	78,94	,000 <sup>a</sup>
Residual	79,92	83	0,963		
Total	307,93	86			

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (Total X3), Harga (Total X2), Kualitas Produk (Total X1)  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Total Y)  
Sumber: data diolah

#### Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)

Pada Tabel 7 menunjukkan hasil nilai uji R adalah sebesar 0,861 artinya bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) sangat kuat, karena hasil dari uji R mendekati angka 1.

#### Koefisien Determinan Berganda (Uji R<sup>2</sup>)

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai dari koefisien determinan ( $R^2$ ) pada hasil uji koefisien determinan berganda (uji  $R^2$ ) adalah sebesar 0,740 atau 74%, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel penilaian kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dapat menjelaskan tentang variabel kepuasan konsumen (Y) dalam

penelitian ini dan sisanya sebesar 26% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

**Tabel 7**  
Hasil Uji Korelasi

R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the Estimate
,861 <sup>a</sup>	,740	,731	,981

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (Total X3), Harga (Total X2), Kualitas Produk (Total X1)  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Total Y)

Sumber : data diolah

## PEMBAHASAN

Hasil analisis data membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini berarti bahwa ketika konsumen melihat kualitas produk yang ditawarkan kedai Warsu Cofee baik, maka konsumen merasakan kepuasan yang tinggi atas Kedai Warsu Coffe. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Runtuwuu dan Oroh (2014) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan.

Hasil analisis data juga membuktikan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya ketika harga produk kedai Warsu coffe dinilai terjangkau oleh konsumen, maka konsumen merasa puas dengan kedai kopi tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh Manus dan Lumanauw (2015) yang membuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan.

Hasil analisis data membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini berarti bahwa ketika konsumen merasakan kualitas layanan dari kedai coffe Warsu baik, maka konsumen akan merasa puas dengan kedai kopi tersebut Hasil penelitian ini didukung oleh Zaiullah, and Akhter (2014) bahwa kualitas layanan secara langsung mempengaruhi kepuasan.

Dari ketiga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Kedai Warsuu Cofee maka kualitas produk menjadi faktor yang dominan mempengaruhi kepuasan. Ini sesuai dengan karakteristik dari Kedai Warsu Cofee sebagai penyedia produk yang disertai jasa tambahan, maka kualitas produk menjadi hal utama yang diperhatikan konsumen ketika memilih kedai.

Dengan demikian kulaitas produk menjadi kunci utama yang dapat memuaskan pelanggan dari sebuah kedai kopi.

Implikasi manajerial yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah bahwasanya untuk usaha kuliner, kulaitas produk, kulaitas layanan dan harga menjadi faktor penentu dalam kepuasan konsumen. Dalam usaha rumah makan yang memiliki karakteristik sebagai produk disertai jasa tambahan, menunjukkan bahwa kulaitas produk dan layanan adalah penting, walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa kulaitas produk lebih dominan mempengaruhi kepuasan konsumen, kulaitas layanan juga penting. Maka untuk setiap usaha kuliner selain memperbaiki kulaitas makanan dan minuman yang disajikan, perhatian terhadap layanan dan fasilitas seperti tempat yang nyaman, wifi, hiburan juga penting untuk memajukan usaha kuliner tersebut. Disamping harga yang harus bisa menyesuaikan pada kemampuan dari target pasar usaha kuliner tersebut.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penilaian variabel kulaitas produk, harga dan kulaitas pelayanan mempunyai pengaruh parsial dan semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen telah mengetahui kulaitas produk, harga maupun perbandingan kulaitas pelayanan yang telah dilakukan terhadap kedai Warsu Coffe dilaksanakan dengan baik sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen.
2. Variabel kulaitas produk, harga dan kulaitas pelayanan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, Semua variabel bebas berjalan simultan dengan baik terhadap kepuasan konsumen dan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kulaitas produk, harga dan kulaitas pelayanan yang diberikan oleh kedai Warsu Coffe sudah berjalan dengan baik. Sehingga memberi dampak positif yang menciptakan kepuasan konsumen.
3. Diantara variabel kulaitas produk, harga dan kulaitas pelayanan, variabel kulaitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen kedai Warsu Coffe, ini

menunjukkan bahwa kedai Warsu Coffe mempunyai kulaitas produk yang baik, karena konsumen telah menilai tingginya tingkat kulaitas produk maka tingkat kepuasan juga akan tinggi. Sedangkan variabel kulaitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai nilai signifikan yang paling rendah, karena ada konsumen yang lebih cermat membandingkan dan mengukur pelayanan yang diberikan kedai Warsu Coffe dengan kedai lain.

## Keterbatasan dan Rekomendasi

### 1. Saran Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini maka manajemen kedai Warsu Coffe sebaiknya memperhatikan masalah kulaitas pelayanan, karena kulaitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kulaitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan yang tinggi. Kulaitas pelayanan harus selalu ditingkatkan agar konsumen merasa nyaman dan tidak lagi membandingkan dan mengukur pelayanan yang diberikan kedai oleh kedai lain. Sebaiknya pemilik kedai Warsu Coffe harus mengadakan evaluasi terhadap kinerja pelayanan kedai, dengan begitu akan mengetahui sisi kelemahan dalam pelayanan yang sudah diberikan.

### 2. Saran Bagi Penelitian selanjutnya

Dalam penelitian ini lebih baik untuk dikembangkan lagi dalam menambahkan variabel sehingga dapat menambah pengetahuan diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. karena hasil penelitian ini pada variabel kulaitas pelayanan masih tergolong kurang memuaskan yang seharusnya pelayanan yang diterima oleh konsumen dapat dikatakan baik. Untuk itu penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu mengembangkan teori atau kajian penelitian pada objek penelitian yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, Siburian, & Zainurosalamia. (2016). *Pengaruh Kulaitas Produk dan Kulaitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2016). *Pengaruh Harga dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*



- 34 *Konsumen di Tiipian Kilat JNE Medan*.  
Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintauan VillageTondano*. Jurnal EMBA.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., 52 Faroreh, R. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. EMBA.
- 40 Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Jakarta.
- 28 ihin, I. (2014). *Pengantar Bisnis*. Jakarta.
- Swastha, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Yuniar, V., & Setyorini, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pda Perusahaan Jasa EMKL Saputra Trans Abadi Cirebon*.

ORIGINALITY REPORT

---

19%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

- 1 Penina T. Istia, Hendriette D. Titaley, Nelda Maelissa. "ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKSI MINYAK VCO INDUSTRI KECIL WAIPAH COCONUT DI KEC. TNS KAB. MALUKU TENGAH", Jurnal Soso-Q, 2020  
Publication 1%

---
- 2 Evi Aulia Rachma, Ratna Nurdiana, Abdul Ghofur. "THE EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF GOOGLE CLASSROOM DIGITAL MEDIA FOR THE EASY OF TEACHERS IN ASSESSING LEARNING OUTCOMES", Indonesian Journal of Social Research (IJSR), 2020  
Publication 1%

---
- 3 Submitted to STIE Kesuma Negara Blitar  
Student Paper 1%

---
- 4 Submitted to Universitas Putera Batam  
Student Paper 1%

---
- 5 [garuda.ristekbrin.go.id](http://garuda.ristekbrin.go.id)

Internet Source

1%

6

[repository.uin-suska.ac.id](https://repository.uin-suska.ac.id)

Internet Source

1%

7

[www.coursehero.com](https://www.coursehero.com)

Internet Source

1%

8

[repository.widyatama.ac.id](https://repository.widyatama.ac.id)

Internet Source

1%

9

[text-id.123dok.com](https://text-id.123dok.com)

Internet Source

1%

10

[ojs.umsida.ac.id](https://ojs.umsida.ac.id)

Internet Source

1%

11

Khwin Ardianto, Fania Putri Nuriska, Lia Nirawati. "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG EMINA PADA OFFICIAL STORE SHOPEE DI KOTA SURABAYA", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2020

Publication

<1%

12

[repository.radenintan.ac.id](https://repository.radenintan.ac.id)

Internet Source

<1%

13

[digilib.esaunggul.ac.id](https://digilib.esaunggul.ac.id)

Internet Source

<1%

14

[journal.unpar.ac.id](https://journal.unpar.ac.id)

Internet Source

<1%

---

15 Submitted to Lambung Mangkurat University <1 %  
Student Paper

---

16 I Wayan Sudana, IAP Widani Sugianingrat.  
"Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Semangat Kerja Karyawan pada BPR Angsa Sedanayoga di Batubulan Gianyar", Widya Amrita, 2021 <1 %  
Publication

---

17 Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya <1 %  
Student Paper

---

18 Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung <1 %  
Student Paper

---

19 [ejournal.umpri.ac.id](http://ejournal.umpri.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

20 [mutiaracindyw.wordpress.com](http://mutiaracindyw.wordpress.com) <1 %  
Internet Source

---

21 [repository.uinsu.ac.id](http://repository.uinsu.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

22 [ojs.stiesa.ac.id](http://ojs.stiesa.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

23 Tatik Mulyati, Arnedia Binada Duanti Putri.  
"Factors Predicting of Purchasing Decision <1 %



Moslem Fashion Products in the New Normal  
Pandemic Covid-19 (Case Study in Madiun  
Municipality)", Capital: Jurnal Ekonomi dan  
Manajemen, 2020

Publication

24

Submitted to University of Muhammadiyah  
Malang

Student Paper

<1%

25

[ejournal.unud.ac.id](http://ejournal.unud.ac.id)

Internet Source

<1%

26

Purwanto ., Apriyanti .. "PENGARUH  
PENILAIAN PEMBIAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBERIAN PEMBIAYAAN  
KREDIT MOBIL PADA PT. TRIHAMAS  
FINANCE CABANG MADIUN", Capital: Jurnal  
Ekonomi dan Manajemen, 2018

Publication

<1%

27

Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY

Student Paper

<1%

28

[eprints.poltekkesjogja.ac.id](http://eprints.poltekkesjogja.ac.id)

Internet Source

<1%

29

Agung Wijaya, Jeni Wulandari, Prasetya  
Nugeraha. "KAJIAN TENTANG KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN  
DALAM PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED  
BEHAVIOR", JURNAL SOSIAL HUMANIORA,

<1%

2020

Publication

- 
- |    |  |     |
|----|--|-----|
| 30 | <a href="https://repository.usu.ac.id">repository.usu.ac.id</a><br>Internet Source   | <1% |
| 31 | <a href="https://firstblog3346.blogspot.com">firstblog3346.blogspot.com</a><br>Internet Source   | <1% |
| 32 | <a href="https://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a><br>Internet Source   | <1% |
| 33 | <a href="https://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a><br>Internet Source   | <1% |
| 34 | Siti Fatimah, Mirza Chusnainy, Fifi Khumairo, Shinta Didin Hari Mariana, Sigit Hermawan. "Netnography : Gojek Marketing Strategy Analysis Through YouTube Social Media.", Media Ekonomi dan Manajemen, 2021<br>Publication | <1% |
| 35 | <a href="https://digilib.uns.ac.id">digilib.uns.ac.id</a><br>Internet Source   | <1% |
| 36 | <a href="https://online-journal.unja.ac.id">online-journal.unja.ac.id</a><br>Internet Source   | <1% |
| 37 | Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan Di PT Trisakti Lautan Mas Cabang Bakauheni, Lampung", Jurnal                      | <1% |

# Manajemen, 2020

Publication

- 
- |    |   |     |
|----|---|-----|
| 38 | <a href="https://repository.ummat.ac.id">repository.ummat.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 39 | <a href="https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id">libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 40 | <a href="https://jurnal.untad.ac.id">jurnal.untad.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 41 | <a href="https://e-journals.unmul.ac.id">e-journals.unmul.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 42 | <a href="https://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 43 | <a href="https://de.scribd.com">de.scribd.com</a><br>Internet Source  | <1% |
| 44 | Wanti Marsila, Connie Connie, Eko Swistoro.<br>"UPAYA PENINGKATAN MOTIVASI BELAJAR<br>DAN HASIL BELAJAR FISIKA MELALUI<br>PENGUNAAN MODEL DISCOVERY<br>LEARNING BERBANTUAN LEMBAR KERJA<br>PESERTA DIDIK", Jurnal Kumparan Fisika,<br>2019<br>Publication | <1% |
| 45 | <a href="https://docobook.com">docobook.com</a><br>Internet Source  | <1% |
| 46 | <a href="https://mulok.library.um.ac.id">mulok.library.um.ac.id</a>   |     |

<1%

47

L. Eka M Julianingsih, Wayan Paramartha. "KEPUASAN KERJA DAN KINERJA GURU AGAMA HINDU PADA SD NEGERI SE-KECAMATAN KUTA SELATAN, KABUPATEN BADUNG", Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan, 2018

Publication

<1%

48

Taufan Maulana Fajri, Abdul Rohman. "PENGARUH SISTEM REWARD DAN MOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

<1%

49

[www.infokekinian.com](http://www.infokekinian.com)

Internet Source

<1%

50

[blogniarahmawati.blogspot.com](http://blogniarahmawati.blogspot.com)

Internet Source

<1%

51

[library.um.ac.id](http://library.um.ac.id)

Internet Source

<1%

52

Muhamad Rifa'i, Kalista Siska Elisa, Retno Ayu Dewi Novitawati. "Produk dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Pasar Tradisional",

<1%



53

Muhammad Yahya Ahmad. "PENGARUH KEASLIAN DAN MEREK TERHADAP HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN BERAS PANDANWANGI CIANJUR", AGRITA (AGri), 2020

Publication

<1%

54

Iman Satra Nugraha, Aprizal Alamsyah, Dwi Shinta Agustina. "STUDI PERKIRAAN HARGA KARET MINGGUAN DI TINGKAT PETANI DENGAN PENDEKATAN PENGELUARAN RUMAH TANGGA DAN BIAYA BERKEBUN KARET DI MUSI BANYUASIN", Jurnal Penelitian Karet, 2019

Publication

<1%

55

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Internet Source

<1%

56

"Abstracts", Public Health Nutrition, 2013

Publication

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On