

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE RUMOH TUHA ROASTERY LHOKSEUMAWE

Miranda Syahputri Simatupang¹, Nanda Ameliany², Riyandhi Praza³, Sutriani⁴, Lisa Iryani⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Malikusaleh

Email : mirandaesimatupang@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis kuantitatif dan menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2). Analisis pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Microsoft Office Software Excel 2016 dan SPSS Versi 30 for windows. Hasil penelitian ini membuktikan bahwasannya Kualitas pelayanan dan penetapan harga dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($178,692 > 3,09$) dan nilai signifikansi F_{hitung} sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,736 > 1,6608$) dengan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$. Penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($18,239 > 1,6608$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Service Quality and Pricing on Consumer Satisfaction at Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe. The population in this study were customers of Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe with a sample of 96 respondents selected using Purposive Sampling technique. Primary data collection used a questionnaire. The data analysis method used in this study is quantitative analysis and uses descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests and coefficient of determination (R^2) tests. Data processing analysis in this study used Microsoft Office Software Excel 2016 and SPSS Version 30 for windows. The results of this study prove that service quality and pricing can have a positive and significant effect on

consumer satisfaction at Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe. This is evidenced by the F_{count} value being greater than F_{table} ($178.692 > 3.09$) and the significance value of F_{count} being $0.001 < 0.05$. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the calculated t -value being greater than the t -table ($2.736 > 1.6608$) with a significance value of $0.007 < 0.05$. Pricing has a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the calculated t -value being greater than the t -table ($18.239 > 1.6608$) with a significance value of $0.001 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Pricing, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kuantitas dan kualitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang dengan berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis populer catering (cafe, coffe shop, toko roti/bakery dan steak house). Banyaknya bisnis di bidang kuliner yang kini dihadapkan pada masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya bisnis restoran.

Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* di dalam mengkonsumsi produk, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukannya sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis kuliner, yang

sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan live musik, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khususnya bagi para customernya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan mereka.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis. Sekalipun demikian, masih banyak orang yang dengan sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini. Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan dikecewakan sehingga mereka mencari alternatif ke produk sejenis lainnya. Pelanggan yang merasa puas akan menimbulkan rasa nyaman dan bahagia apabila memakai produk atau jasa tersebut begitupun sebaliknya pelanggan yang tidak merasa puas akan menimbulkan rasa kecewa dan akan mencari produk atau jasa

yang dimiliki perusahaan lain (Wisnu, 2021).

Kualitas pelayanan yang sangat penting untuk dipertimbangkan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang dijadikan sebagai laba bagi perusahaan dikarenakan jika perusahaan dapat mempunyai penilaian yang positif dimata konsumen seperti timbal balik yang baik akan di dapati, selain itu kualitas pelayanan juga berfungsi untuk memberikan rasa kemudahan konsumen dalam bertransaksi seperti memberikan pelayanan yang baik agar dapat berkompetensi dengan pesaing yang lainnya (Nelisa, 2022).

Harga adalah sejumlah uang yang memiliki manfaat tetentu yang digunakan untuk memperoleh suatu jasa tertentu, tercermin dari dimensi: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan daya saing, dengan indikator: harga jasa terjangkau; harga tidak jauh dari harga di grosir, harga sesuai daya beli konsumen; harga sesuai kualitas barang; harga sesuai kualitas, manfaat sama dengan harapan; manfaat lebih besar dari harapan, harga lebihmurah dari tempat lain; harga cukup stabil (Wicaksono, 2024).

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran. Peraturan ini mengacu pada usaha cafe atau restaurant untuk memenuhi standart usaha yang berlaku. Standar tersebut seperti kualifikasi usaha atau klasifikasi usaha yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan usaha, serta proses pemberian sertifikat untuk mendukung peningkatan mutu produk, pelayanan dan pengelolaan usaha.

Cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe yang berdiri sejak Oktober tahun 2024 merupakan salah satu cafe yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman, dengan usia usaha yang sangat baru sudah memiliki konsumen yang ramai. Dengan banyaknya usaha cafe sekarang memunculkan persaingan sangat kompetitif pula. Oleh karena itu pemilik cafe Rumoh Tuha Roastery selalu mengedepankan kualitas produk harus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, sehingga konsumen merasa puas. Sumber: <https://www.instagram.com/rumohtuharostery?igsh=d200bXgzaWgzemhx>

Menanggapi fenomena tersebut ada beberapa kendala dari pelayanan Cafe Rumoh Tuha Roastery. Beberapa pelanggan pada Cafe Rumoh Tuha Roastery mengatakan bahwa mereka

kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada Cafe Rumoh Tuha Roastery, bahkan mereka mengatakan bahwa kebanyakan makanan dan minuman yang tersedia tidak terlalu disukai para pelanggan. Penyebab lainnya yaitu terlalu banyak ruangan outdoor sehingga kalau hujan pengunjung yang ada di outdoor harus pindah ke dalam tempat yang tertutup dan harus duduk dengan bangku seadanya yang diangkat dari outdoor.

Cafe Rumoh Tuha Roastery memiliki beberapa pesaing salah satunya di depan cafe Rumoh Tuha Roastery terdapat cafe CEO. Namun terdapat beberapa perbedaan seperti makanan pada cafe Rumoh Tuha Roastery lebih banyak dari pada cafe CEO sehingga ada perbedaan harga makanan di mana cafe Rumoh Tuha Roastery rata – rata harga makanan berat rata – rata Rp.20.000 sedangkan cafe CEO rata – rata harganya Rp.17.000. dalam cafe Rumoh Tuha Roastery variasi minuman Coffee lebih banyak dari pada cafe CEO, sehingga harga coffee di cafe Rumoh Tuha Roastery lebih mahal. Selain itu, dalam kualitas pelayanan cafe CEO lebih cepat melayani karena pengunjung di cafe tersebut tidak terlalu ramai. Sedangkan cafe Rumoh Tuha Roastery terkesan agak lama melayani karena pengunjung yang sangat ramai,

serta waktu tunggu setelah kita memesan makanan itu sangat lama. Terdapat juga beberapa perbedaan lain seperti lahan parkir di mana cafe Rumoh Tuha Roastery lebih luas sedangkan parkirane cafe CEO lebih kecil.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pernah beli barang yang di mana yang dipilih sama atau kurang lebih melampaui dari harapan pelanggan dan ketidakpuasan muncul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Jika pelayanan maupun jasa dari apa yang diharapkan konsumen maka minat terhadap produk maupun jasa tersebut akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan sedangkan jika pelayanan atau jasa melebihi atau memenuhi keinginan yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen cenderung akan sering menggunakan produk maupun jasa tersebut (Tjiptono, 2022). Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Pelanggan yang senang dan puas cenderung akan berperilaku positif

dan mereka akan membeli kembali (Nasution,2022).

2. Kualitas Pelayanan

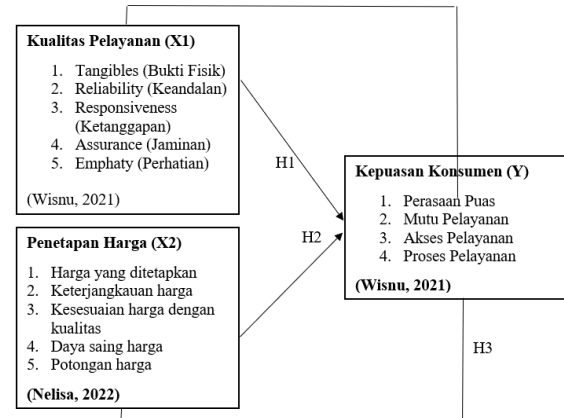
Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan (Wisnu, 2021). Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Strategi ini menggunakan kemampuan sumber daya manajemen, pengetahuan, kompetensi inti, modal, teknologi, peralatan dan system untuk menghasilkan produk yang bernilai (Yustiana, 2024).

3. Penetapan Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambahkan beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan

uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. (Yustiana, 2024). Harga juga merupakan salah satu nilai yang dijadikan patokan nilai dari suatu barang dan jasa. Jumlah uang yang digunakan atas suatu barang maupun jasa ataupun jumlah dari nilai uang yang ditukar oleh konsumen dengan manfaat – manfaat karena mempunyai atau menggunakan produk maupun jasa tersebut (Nelisa, 2022).

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif survei. Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan pertanyaan tertutup misalnya dengan tatap muka dan

telepon, wawancara (interview) dan kuesioner (Elia, 2023).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah hal yang penting untuk ditetapkan, tanpa lokasi yang nyata maka data tidak dapat diperoleh oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan di Rumah Tuha Roastery Lhokseumawe. Alasan memilih lokasi yaitu karena sering menjadi tempat favorit bagi generasi muda karena menu yang menarik dan suasana yang nyaman.

Populasi dan Sampel

Adapun populasi yang tidak diketahui yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan cafe Rumah Tuha Roastery Lhokseumawe. Agar dapat mendeskripsikan secara jelas variabel yang akan diteliti, maka peneliti mengambil semua populasi sebagai sampel yaitu pelanggan cafe Rumah Tuha Roastery Lhokseumawe. Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Di mana :

n : jumlah sampel

Z_a : Nilai standar dari distribusi a = 5%
= 1,96

P : Estimasi proporsi populasi

Q : Interval dan penyimpanan

L : Tingkat ketelitian 10%

berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{L^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1} = 96,04 \text{ Responden}$$

Sampling Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Nonprobability Sampling* yang mana merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Adapun teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu responden yang terpilih menjadi anggota atas dasar pertimbangan peneliti tersebut. Dengan menggunakan teknik ini peneliti akan mudah menentukan sampel dengan mempertimbangkan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini, kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah

pelanggan cafe Rumoh Tuha Roastery Lhokseumawe.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis dua sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung. Cara paling umum untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian kuantitatif adalah penggunaan eksperimen dan survei. (Elia, 2023).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan. Namun pemilihan jenis data yang akan digunakan atau dikumpulkan tergantung pada sejumlah faktor, seperti tujuan penelitian dan kendala waktu dan sumber daya, karena pengumpulan data primer memerlukan waktu yang lebih lama dan memerlukan biaya. (Elia, 2023).

Teknik Pengumpulan data

Pengambilan sampel secara acak (random) dan instrument pengumpulan

data terstruktur yang sesuai dengan kategori respon yang telah ditentukan, sehingga data yang dihasilkan mudah diringkas, dibandingkan dan digeneralisasi (Elia, 2023). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari independen variabel dan variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel dependen (terikat) dalam suatu eksperimen (Elia, 2023). Variabel ini bisa dimanipulasi untuk melihat efeknya terhadap variabel lain. Variabel bebas atau independen dapat digunakan dengan simbol “X”. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Penetapan Harga (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang menurut peneliti akan dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu eksperimen (Elia, 2023). Pada variabel terikat ini dapat digambarkan

dengan simbol “Y” dan dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen pada Rumah Tuha Roastery Lhokseumawe.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Responden diminta untuk memberikan tanggapan pada skala bertingkat, biasanya dalam bentuk angka (misalnya, 1-5) yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan. Pada penelitian ini responden memilih salah satu jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberikan skor tertentu. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam skala likert.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data merupakan teknik pengolahan data menjadi informasi yang baru, guna menghitung apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif sebagai teknik yang digunakan untuk menggambarkan atau merangkum data dengan cara yang memberikan informasi yang jelas dan dapat dipahami. Statistik ini membantu peneliti untuk menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, dan diagram. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Pada statistik deskriptif ini akan dikemukakan alat analisis yang digunakan melalui minimum, maksimum, nilai rata-rata (mean), serta standart deviasi berdasarkan data olahan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 30.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji data memenuhi syarat – syarat dari asumsi klasik serta menghindari terjadinya pembiasan. Maka pengujian asumsi klasik meliputi:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mencari adakah nilai sisa yang diteliti apakah masih ada atau tidak, dan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Caranya adalah dengan uji *statistic non parametric kolomagorovsmirnov* uji ini digunakan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jika tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal (Nelisa, 2022).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Sebagai pengertian dasar, residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi dan absolute adalah nilai mutlak. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikasinya di atas 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas (Yusri, 2020).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk apakah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*idependen*). Multikolonieritas merupakan situasi di mana terdapat hubungan yang kuat antara variabel – variabel *independen*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi dimana variabel ini tidak orthogonal. Orthogonal adalah variabel *independen* yang nilai korelasi antara sesama variabel *independen* sama dengan nol (Yusri, 2020). Kriteria multikolonieritas dapat dilihat dari nilai – nilai teleran dan lawannya *variance inflation factor (VIF)* sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF di bawah 10 maka tidak mempunyai persoalan multikolinearitas sehingga bisa dilakukan ke pengujian selanjutnya.
2. Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi persoalan multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengguna pada periode 1 dengan kesalahan pengguna pada periode sebelumnya (Yustiana, 2024). Uji ini dilakukan dengan pengujian Durbin-

Wanson apabila DW terletak di antara batas atas atau upper bound, dan batas kritis (0.05) dengan itu dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi. Rumus yang digunakan dalam pengujian autokorelasi sebagai berikut:

- a. Jika nilai DW hitung > batas atas table berarti tidak terdapat autokorelasi
- b. Jika nilai DW hitung < batas table berarti terdapat autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda seringkali digunakan untuk mengatasi masalah analisis regresi yang melihat hubungannya dari dua atau lebih variabel bebas. Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk uji signifikansi parameter individual (uji t parsial), uji simultan (uji F), dan uji determinasi (R^2).

Uji Signifikansi Individual (Uji t Parsial)

Uji parsial t pada dasarnya menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen (Yustiana, 2024). Langkah – langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen (Wisnu, 2021). Langkah – langkah pengujian hipotesis simultan dengan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 tidak diterima, artinya variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Koefisien Determinan (*Uji R²*)

Koefisien determinan bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam perubahan variabel dependen. (Nelisa, 2022).

- Jika $R^2 = 0$ artinya variabel independen tidak memiliki kemampuan menjelaskan variasi dari variabel dependen.
- Jika $R^2 = 1$ artinya variabel independen memiliki kemampuan menjelaskan variasi dari variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Intrumen Data

1. Uji Validitas

Variabel	Butiran Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation	rTabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,598209	0,1986	Valid
	X1.2	0,655116	0,1986	Valid
	X1.3	0,472079	0,1986	Valid
	X1.4	0,700492	0,1986	Valid
	X1.5	0,679618	0,1986	Valid
	X1.6	0,669893	0,1986	Valid
	X1.7	0,635781	0,1986	Valid
	X1.8	0,582339	0,1986	Valid
	X1.9	0,571872	0,1986	Valid
	X1.10	0,598942	0,1986	Valid
	X1.11	0,651364	0,1986	Valid
	X1.12	0,523188	0,1986	Valid
	X1.13	0,595508	0,1986	Valid
	X1.14	0,56987	0,1986	Valid
Penetapan Harga (X2)	X2.1	0,639885	0,1986	Valid
	X2.2	0,680333	0,1986	Valid
	X2.3	0,530411	0,1986	Valid
	X2.4	0,678413	0,1986	Valid
	X2.5	0,691177	0,1986	Valid
	X2.6	0,668894	0,1986	Valid
	X2.7	0,709765	0,1986	Valid
	X2.8	0,753188	0,1986	Valid
	X2.9	0,708348	0,1986	Valid
	X2.10	0,670116	0,1986	Valid
	X2.11	0,623986	0,1986	Valid
	X2.12	0,635748	0,1986	Valid

Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,617271	0,1986	Valid
	Y.2	0,702455	0,1986	Valid
	Y.3	0,605086	0,1986	Valid
	Y.4	0,635001	0,1986	Valid
	Y.5	0,620006	0,1986	Valid
	Y.6	0,471801	0,1986	Valid
	Y.7	0,611976	0,1986	Valid
	Y.8	0,703522	0,1986	Valid
	Y.9	0,74833	0,1986	Valid

Sumber: Data Diolah Microsoft Excel Versi 2016

Dapat dilihat pada Tabel 4.8 di atas bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel (0,1986). Hasil uji validitas tersebut mengindikasikan bahwa setiap item pada kuesioner, baik yang mengukur dua variabel independen maupun satu variabel dependen, memenuhi syarat validitas.

2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Item	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,866	14	Reliebel
Penetapan Harga (X2)	0,886	12	Reliebel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,815	9	Reliebel

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas, ditunjukkan dengan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi batas minimum 0,60. Variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai alpha sebesar 0,866, dan Penetapan Harga (X2) sebesar 0,886. Sementara itu, variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y)

memperoleh nilai alpha sebesar 0,815. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan untuk mengukur indikator yang dimaksud. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dianggap layak dan representatif dalam menggambarkan setiap variabel yang diteliti.

3. Uji Asumsi Klasik

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu asumsi yang dilakukan untuk menguji kelayakan model penelitian. Pengujian ini dimaksudkan dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang tidak biasa. Pengujian uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

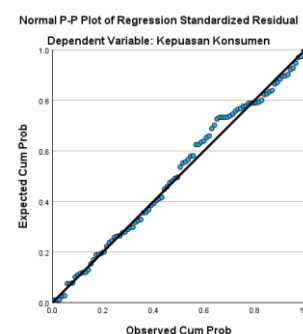
1. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.65527115
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.034
	Negative		-.082
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.120
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.115
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.107
		Upper Bound	.123

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $>0,05$ ($0,123 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

1. Grafik P_Plot



Gambar Grafik P_Plot

Berdasarkan hasil uji normal plot, menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebaran mengikuti garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.382	4.519		8.272	<.001
	Kualitas Pelayanan	.010	.092	.014	.114	.910
	Penetapan Harga	.099	.095	.124	1.034	.304

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,910 dan untuk variabel Penetapan Harga (X2) sebesar 0,304, yang keduanya lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

3. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	37.382	4.519		8.272	<.001		
Kualitas Pelayanan	.010	.092	.014	.114	.910	.740	1.351
Penetapan Harga	.099	.095	.124	1.034	.304	.740	1.351

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan hasil uji di atas dapat diketahui bahwa penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi. Hal ini dapat ditunjukkan melalui nilai *tolerance* >0,10 dan *VIF* <10.

4. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.099 ^a	.010	.012	4.85020	2.374

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi yang diuji, sehingga residual bersifat independen satu sama lain dan model dinilai memenuhi salah satu asumsi klasik penting dalam regresi linear.

Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.928	.658		59.191	<.001
	X1	.035	.013	.141	2.736	.007
	X2	.192	.011	.938	18.239	<.001

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$a = 38,928$$

$$X1 = 0,035$$

$$X2 = 0,192$$

$$Y = 38,928 + 0,035 X1 + 0,192 X2 + e$$

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta (a) regresi bernilai 38.928. Sehingga dapat menunjukkan bahwa semua variabel independen dianggap konstan (0), maka nilai rata-rata Kepuasan Konsumen 38.928.

- 2) Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar .0,035. Sehingga dapat menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan, maka akan menaikkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,035
- 3) Nilai koefisien regresi Penetapan Harga sebesar 0,0192. Sehingga dapat menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga mengalami penurunan sebesar 0,0192

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan uji signifikansi parsial (uji t), uji signifikansi simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R^2).

1) Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.928	.658		59.191	<.001
X1	.035	.013	.141	2.736	.007
X2	.192	.011	.938	18.239	<.001

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ diperoleh nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

2. Uji pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ diperoleh nilai signifikan variabel Penetapan Harga sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat diketahui bahwa secara statistik terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

2) Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	177.518	2	88.759	178.692	<.001 ^b
Residual	46.195	93	.497		
Total	223.713	95			

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen. Ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan penetapan harga yang tepat berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Koefisien Determinan (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.794	.789	.705

Sumber: Data diolah SPSS Versi 30

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,789. Sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,789 atau 78,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 78,9% sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai kualitas layanan di Cafe Rumoh Tuha Roastery, secara umum dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan telah memenuhi harapan mayoritas pelanggan. Fasilitas fisik

seperti gedung, ruangan, dan tempat duduk dinilai sangat bersih dan nyaman. Penampilan karyawan mencerminkan profesionalisme, serta layanan diberikan dengan perhatian terhadap detail dan kualitas. Responden juga memberikan penilaian positif terhadap komitmen cafe dalam menjaga kualitas layanan. Meskipun demikian, terdapat beberapa indikator dengan nilai mean yang lebih rendah, seperti kecepatan respon karyawan, sikap empatik, serta kesediaan karyawan untuk mendengarkan keluhan pelanggan.

2. Berdasarkan hasil analisis mengenai penetapan harga di Cafe Rumoh Tuha Roastery mayoritas pelanggan Cafe Rumoh Tuha Roastery menilai bahwa harga produk dan layanan yang ditawarkan cukup sebanding dengan kualitas yang diterima. Sistem pembayaran dinilai sudah fleksibel dan memudahkan, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan. Keseimbangan antara keterjangkauan harga dan kualitas produk serta layanan sudah cukup baik, walaupun terdapat sebagian pelanggan yang merasa harga masih sedikit tinggi

atau kurang mencerminkan kualitas yang diterima secara konsisten.

3. Berdasarkan hasil analisis mengenai kepuasan konsumen di Cafe Rumoh Tuha Roastery, dapat disimpulkan bahwa secara umum pelanggan merasa cukup puas dengan produk dan layanan yang diterima. Mayoritas pelanggan memberikan penilaian positif terutama pada kepuasan keseluruhan, kenyamanan penggunaan produk, dan variasi metode pembayaran yang mudah diakses

DAFTAR PUSTAKA

- Afan Zaini, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjarnegara Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.
- Angelica, A. ., & Meirisa, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sherly Bridal Palembang. *Mdp Student Conference*, 2(2), 352–357. <https://doi.org/10.35957/Mdp-Sc.V2i2.4258>
- Apriliya, G., Kartini, U., Kunci, K., Pembelian, K., & Konsumen, P. O. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Secara Online Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online). *Jmm Online*, 6(5), 294–306.
- Elia, A., & Dkk. (2023). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif.
- Grace, E., Onita Sari Sinaga, Silalahi, M., Ambarita, M. H., & Simatupang, S. (2022). Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Buletin Poltanesa*, 23(1), 35–44. <https://doi.org/10.51967/Tanesa.V23i1.931>
- Nasution, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pondok Jambu Di Kabupaten Padang Lawas. *γ787*, (8.5.2017), 2005–2003
- Nelisa, N., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Shopee. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 681. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V7i2.553>
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-

- Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 463–472. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.614>
- Safrawali, S., & Siregar, B. (2022). Penerapan Administrasi Bisnis Dan Administrasi Perkantoran Modern Di Kota Medan. *All Fields Of Science Journal Liaison Academia And Society*, 2(2), 364–375. <https://doi.org/10.58939/Afosj-Las.V2i2.267>
- Wicaksono, B. A., & Widodo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen SURYA PASCA SCIENTIA* 13(1):1–14. <https://doi.org/10.35968/jimspc.v13i1.1145>
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L. H., Sintha, L., Suharyati, S., Ratri, W. S., Wattimena, C. M. A., Satmoko, N. D., & Setianingsih, R. E. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*.
- Wisnu, A. (2021). (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Aulia Pratama. [https://Repository.Uma.Ac.Id/Bitstream/123456789/15476/1/178330138 - Adam Tambunan - Fulltext.Pdf](https://Repository.Uma.Ac.Id/Bitstream/123456789/15476/1/178330138-AdamTambunan-Fulltext.Pdf)
- Yusri, A. Z. Dan D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Yustiana, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Top Bakery Kota Metro. *Ekonomi, Jurusan, Syariah Fakultas, Ekonomi Dan, And Bisnis Islam*. 2024.