

# Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Serab *Coffee Brewery* di Depok Jawa Barat

Thania Imelia <sup>1\*</sup>, Senen <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article history:</b> Received (11-11-2024) Revised (18-11-2024) Accepted (5-12-2024)</p> <p><b>Keywords:</b> Price, Service Quality, Customer Satisfaction</p>	<p><i>The purpose of this research is to determine the variable price (X1), service quality (X2), customer satisfaction (Y), and the influence of price and service quality on customer satisfaction at the Serab Coffee Brewery in Depok. This research method uses a quantitative method with a descriptive approach and the population in this research is 31.100 consumers. The sampling method used was the slovin. The sample used in this research used the entire population of 100 consumers as respondents. In this research, the sampling technique used is non-probability sampling. The results of the Price variable have a significant effect on customer satisfaction with a tcount value of 7,976 &gt; t tabel 1,984 and a sig value. &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05). The results of the Service Quality variable have a significant effect on customer satisfaction with a calculated t of 8,319 &gt; t tabel of 1,984 and a sig value. &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05). The results of the price and service quality variables simultaneously have a significant influence on customer satisfaction with a calculated f value of &gt; 44,503 &gt; 3,09 and a sing value of &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05).</i></p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen</p>	<p><b>ABSTRAK</b> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel Harga (X1), kualitas pelayanan (X2), kepuasan konsumen (Y), dan pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Serab <i>Coffee Brewery</i> di Depok Jawa Barat. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 31.100 konsumen, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik slovin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan seluruh jumlah populasi yang berjumlah 100 konsumen sebagai responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Hasil variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai <math>t_{hitung}</math> sebesar 7,976 &gt; <math>t_{tabel}</math> 1,984 dan nilai sig. &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05). Hasil dari variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan <math>t_{hitung}</math> sebesar 8,319 &gt; <math>t_{tabel}</math> 1,984 dan nilai sig. &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05). Hasil variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan Kepuasan Konsumen dengan nilai f hitung sebesar &gt; 44,503 &gt; 3,09 dan nilai sig &lt; 0,05 (0,000 &lt; 0,05).</p>



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat, memaksa perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar tetap kompetitif. Pelaku bisnis perlu memahami kebutuhan konsumen untuk bersaing, baik di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif menjadi krusial untuk mencapai kepuasan konsumen.

Bisnis kuliner, terutama kafe dan kedai kopi, menjadi semakin menarik karena tingginya minat masyarakat untuk nongkrong, terutama di kota-kota besar. Coffee Shop saat ini tidak hanya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat makan dan bekerja. Bisnis ini mengalami perkembangan pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat, yang mendorong pengusaha untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif.

\*Corresponding author.  
E-mail: [thaniaimelia13@gmail.com](mailto:thaniaimelia13@gmail.com)

Salah satu kafe yang menonjol adalah Serab Coffee Brewery yang telah berdiri selama lima tahun di Kota Depok. Lokasinya yang strategis dan maraknya kafe di sekitarnya mendorong Serab Coffee Brewery untuk selalu meninjau strategi bisnisnya agar tetap mampu bersaing. Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen, dan penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen adalah strategi yang tepat.

Berdasarkan survei awal terhadap 10 konsumen, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa harga produk di Serab Coffee Brewery belum sesuai dengan harapan mereka. Konsumen menganggap harga menu lebih tinggi dibandingkan beberapa pesaing seperti Siliwangi Caffe Space, Bento Kopi, dan Three Person Coffee, meskipun kualitas bahan baku di Serab Coffee Brewery tergolong tinggi.

Dalam hal kualitas produk, ada beberapa kekurangan yang ditemukan, seperti rasa kopi yang cepat berubah saat dibiarkan pada suhu ruangan. Lokasi yang strategis memberikan keunggulan dalam daya saing, tetapi tetap diperlukan penyesuaian harga agar konsumen merasa manfaatnya sepadan.

Selain harga, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan survei, kualitas pelayanan di Serab Coffee Brewery dinilai kurang memadai. Karyawan dinilai kurang tanggap dan tidak selalu siap melayani kebutuhan konsumen. Fasilitas pendukung seperti kebersihan ruangan dan perlengkapan yang kurang baik juga menjadi keluhan. Pada indikator lain, seperti kecepatan menangani keluhan, kualitas produk, serta keramahan karyawan, masih banyak yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen.

Data menunjukkan jumlah konsumen Serab Coffee Brewery mengalami fluktuasi dalam empat tahun terakhir. Meskipun ada peningkatan di tahun 2023, jumlah konsumen sempat menurun pada 2022, yang menunjukkan adanya masalah dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini juga tercermin pada penjualan, di mana realisasi penjualan tidak selalu mencapai target yang ditetapkan. Penurunan jumlah konsumen dapat diakibatkan oleh harga yang relatif tinggi dan kualitas pelayanan yang tidak konsisten. Konsumen cenderung memilih kafe dengan harga lebih terjangkau dan pelayanan yang lebih baik. Pengalaman negatif terkait kenyamanan fasilitas dan lamanya pelayanan juga membuat konsumen berpikir dua kali untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas layanan dan penyesuaian harga menjadi penting untuk mempertahankan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Serab *Coffee Brewery* di Depok Jawa Barat.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Harga

Setyo (2017:758) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memperoleh produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan daya belinya. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam Haryoko dkk. (2020:3) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai mata uang yang diberikan kepada suatu produk atau jasa sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Wibowo dan Priansa dalam buku Bharmawan & Hanif (2022:3) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Li dkk. dalam Budiyanto (2018:73) kualitas layanan adalah sebagai fungsi dari kesenjangan antara harapan dan layanan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang sebenarnya diterima. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyedia jasa secara maksimal dengan segala kemampuannya dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Budi & Winata (2018:67) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Engel dkk. dalam buku Indahingwati (2019:31) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian, evaluasi dan respon emosional yang

ditunjukkan oleh konsumen setelah terjadinya transaksi pembelian yang berasal dengan membandingkan antara kinerja suatu produk dengan harapan mereka.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

### Hipotesis

- H1: Diduga terdapat pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Serab *Coffee Brewery*
- H2: Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Serab *Coffee Brewery*
- H3: Diduga terdapat pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen pada Serab *Coffee Brewery*

### 3. METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:8), "penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.". Penelitian ini dilakukan di Serab *Coffee Brewery* Depok yang berada di Jalan Raya KSU No.97 Sukmajaya Kota Depok Provinsi Jawa Barat. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah banyaknya konsumen tahun 2023 dengan jumlah populasi 31.100. jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Teknik kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pernyataan sebanyak 8 butir untuk variabel ( $X_1$ ), 10 butir variabel ( $X_2$ ) dan 9 butir variabel (Y) kepada 100 konsumen Serab *Coffee Brewery*. Rusiandi (2017:235) mengatakan bahwa regresi linear berganda merupakan suatu alat yang dipergunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antara beberapa variabel. Dalam mengelola data, ada beberapa yang menggunakan regresi linear berganda ini, pertama menentukan variabel *independent* dan variabel *dependen* terlebih dahulu. Untuk variabel *independent* adalah harga ( $X_1$ ) kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sedangkan variabel *dependen* nya adalah kepuasan konsumen (Y).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada variabel  $X_1$  dan  $X_2$  Terhadap Y baik secara parsial maupun simultan.

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 ( constant)	21,505	1,953			11,013	,000
Harga	,476	,060	,627		7,976	,000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 21,505 + 0,476X_1$  Berdasarkan hasil analisis perhitungan diatas maka diperoleh  $Y = 21,505 + 0,476X_1$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 21,505 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Harga (X1) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai 21,505. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,476 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan konsumen sebesar 0,476 satuan.

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 ( constant)	13,574	2,815			4,822	,000
Kualitas Pelayanan	,556	,067	,643		8,319	,000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 13,574 + 0,556X_2$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 13,574 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Kualitas Pelayanan (X2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai 13,574. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,556 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,556 satuan.

### Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 3. Regresi Linier Berganda (X1) dan (X2) Terhadap (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 ( constant)	13,745	2,670			5,149	,000
Harga	,266	,077	,351		3,466	,001
Kualitas Pelayanan	,347	,087	,402		3,973	,000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 26 diperoleh hasil sebagai berikut:  
 $Y = 13,745 + 0,266X_1 + 0,347X_2$

- Konstanta sebesar 13,745 artinya jika variabel harga dan variabel kualitas pelayanan, bernilai nol atau tidak meningkat maka kepuasan konsumen akan tetap bernilai sebesar 13,745.
- Koefisien regresi variabel harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,266, artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 26,6% dengan asumsi variabel *independent* lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,347, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 34,7% dengan asumsi variabel *independent* lain nilainya tetap.

### Uji Koefisien Korelasi

Korelasi menjelaskan tentang indepen keeratan hubungan suatu variabel *independent* dengan variabel *dependen* dalam suatu sistem korelasi ganda, setelah mengontrol atau mengendalikan variabel *independent* lainnya. Berikut ini adalah tabel interpretasi koefisien korelasi.

**Tabel 4. Koefisien Korelasi Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**  
**Correlations**

		Harga	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	,627**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel harga sebesar 0,627 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan Kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan yang Kuat.

**Tabel 5. Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**  
**Correlations**

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,643**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,643**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,643 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan Kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan Kuat.

**Tabel 6. Koefisien Korelasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 <sup>a</sup>	,479	,468	3,431

a. Predictors: ( constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,692, masuk pada interval 0,60-0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara *variable* Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan Kuat.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 7. Koefisien Determinasi (X1) terhadap (Y)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,627 <sup>a</sup>	,394	,387	3,681

a. Predictors: ( constant), Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pada tabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,394 artinya harga (X1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,4% sedangkan sisanya sebesar 60,6% yang dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 8. Koefisien Determinasi (X2) terhadap (Y)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 <sup>a</sup>	,414	,408	3,619

a. Predictors: ( constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pada tabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,414 artinya kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi terhadap Kepuasan konsumen (Y) sebesar 41,4% sedangkan sisanya sebesar 58,6% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 9. Koefisien Determinasi (X1) dan (X2) terhadap (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 <sup>a</sup>	,479	,468	3,431

a. Predictors: ( *constant*), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pada tabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,479 artinya variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 47,9% sedangkan sisanya sebesar 52,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Hipotesis

### Uji Hipotesis Secara Parsial (T)

**Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1( <i>constant</i> )	21,505	1,953		11,013	,000
Harga	,476	,060	,627	7,976	,000

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, variabel harga memiliki t hitung sebesar 7,976 > t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 Dengan demikian  $H_0$ 1 ditolak dan  $H_a$ 1 diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Serab *Coffee Brewery* Depok.

**Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1( <i>constant</i> )	13,574	2,815		4,822	,000
Kualitas Pelayanan	,556	,067	,643	8,319	,000

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 8,319 > t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian  $H_0$ 2 ditolak dan  $H_a$ 2 diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Serab *Coffee Brewery* Depok.

### Uji Hipotesis Simultan

**Tabel 10 Uji F hitung**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	1047,936	2	523,968	44,503	,000 <sup>b</sup>
Residual	1142,064	97	11,774		
Total	2190,000	99			

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: ( *constant*), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 44,503 dan diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *variable* harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel Kepuasan konsumen yang Dimana nilai Fhitung 44,503 > Ftabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka  $H_a$ 3 diterima dan  $H_0$ 3 ditolak.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi  $Y = 21,505 + 0,47X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,627 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,394 atau sebesar 39,4%. Sedangkan sisanya sebesar 60,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(7,976 > 1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara harga dan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Serab Coffee Brewery. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hengki Setiya Budi dan Andri Winata (2018) "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Harion Bandar Lampung" dimana harga berpengaruh positif. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $9,494 > t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka harga memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Harion Bandar Lampung.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan Regresi  $Y = 13,574 + 0,556X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,643 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,414 atau sebesar 41,4% sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(8,319 > 1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Serab Coffee Brewery. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budi Haryoko, Veta Lidya Delimah Pasaribu, dan Adriyansyah (2020) "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)" dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,550 > t_{tabel}$  1,999 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,5$  maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Firman Dekorasi.

### **Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 13,745 + 0,266X_1 + 0,347X_2$ . Nilai Koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,692 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,479 atau sebesar 47,9%. Sedangkan sisanya sebesar 52,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(44,503 > 3,09)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Serab Coffee Brewery. Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadillah (2022) "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Cabang Pademangan Jakarta Utara" dimana harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $101,749 > t_{tabel}$  2,700 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa Cabang Pademangan Jakarta Utara.

## **5. PENUTUP**

Variabel Harga (X1) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 21,505 + 0,476 X_1$  Nilai korelasi sebesar 0,627 artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,394 atau 39,4% dan uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,976  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 13,574 + 0,556X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,643 artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Nilai Koefisien determinasi sebesar 0,414 atau 41,4% dan uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 8,319  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan persamaan  $Y = 13,745 +$

0,266X1 + 0,347X2 Nilai korelasi sebesar 0,692 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang kuat. Nilai Koefisien determinasi sebesar 0,479 atau 47,9% dan uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 44,503 >  $t_{tabel}$  3,09 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan secara simultan antara harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Andrian, A., Hadita, H., Nursal, M. F., & Jumawan, J. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Apriyani, V., Wahyuni, E. S., & Sumarni, Y. (2023). *Manajemen Pelayanan Kualitas Bank Syariah*. Bengkulu: CV. Brimedia Global.
- Arianto, N. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268.
- Arifin, S. H. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arraniri, I., Manap, A. H., Mahalizikri, I. F., Suryati, S., & Darnilawati, D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Budi, H. S., & Winata, A. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Harion Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 4(01), 65-79.
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Jawa Tengah: MEDIA PUSTAKA INDO.
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan brand image terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(3), 71-80.
- Budiyanto, A. (2021). *Pemasaran Jasa Pengertian dan Perkembangan*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Dewi, L. K. C., & Utama, I. G. B. R. (2022). *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fadillah, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Cabang Pademangan Jakarta Utara. *Jurnal Semarak*, 5(3), 108-121.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Makassar: PT. Nas Media Indonesia.
- Fitriasshinta, D., & Melinda, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin.
- Gustaman, H. R., & Dano, D. (2023). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian*. Lombok Tengah Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Hadi, R. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 317-328.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mahulae, D. Y. D (2022). *Pengantar Manajemen*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.

- Mirawati, M., Saputra, R. W., & Putra, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gdr Mart Di Panyalaian. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1).
- Murniarty, P., Verawaty, V., Hasan, S., Patimah, S., CH, T., & Butarbutar, D. J. A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1-10.
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 129-141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Solihin, D., & Setiyawan, Y. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah. *Journal Of Research And Publication Innovation*. 2(4). 1709-1722
- Solihin, D., & Ahyani, A. (2024). Determining the Factors that Influence Online Purchase Intentions at Shopee Indonesia with Trust as Mediation. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 14(3), 568-593. doi:[http://dx.doi.org/10.22441/jurnal\\_mix.2024.v14i3.001](http://dx.doi.org/10.22441/jurnal_mix.2024.v14i3.001)
- Supriyatna, W., Rachmawan, A., & Zakaria, Z. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pempek Syifa Bojongsari, Depok Jawa Barat. *Jurnal Semarak*, 5(3), 30-49
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Veronica, A., Ernawati, E., Rasdiana, R, Abas, M., & Yusriani, Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.