



Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Bekasi

(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Alfito Surya Saputra

alfitosurya18@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

M.Fadhli Nursal

fadhli.nursal@dsn.ubharajaya.ac.id

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Franciscus Dwikojo Sri Sumantyo

frans.integrasia@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi penulis: *alfitosurya18@gmail.com*

Abstract. *The influence of price, facilities and service quality on customer satisfaction with memorable coffee in the city of Bekasi (study of management study program students class of 2020, Bhayangkara University, Jakarta Raya). This research aims to determine partially and simultaneously the relationship between price, facilities and service quality on customer satisfaction with memorable coffee in the city of Bekasi. This research is research with a quantitative approach, a technique based on the philosophy of positivism that is used is the Slovin formula. The population in this study were all The Originate consumers in the 2020 Management study program, Bhayangkara University, Greater Jakarta with a sample of 155 respondents. Data processing and hypothesis testing using SmartPLS 4 software. The research results show that price has no partial effect on customer satisfaction. Facilities partially have a positive effect on customer satisfaction. Service quality partially has a positive effect on customer satisfaction. Simultaneous test results show that price, facilities and service quality simultaneously influence customer satisfaction*

Keywords: *Price, facilities and service quality.*

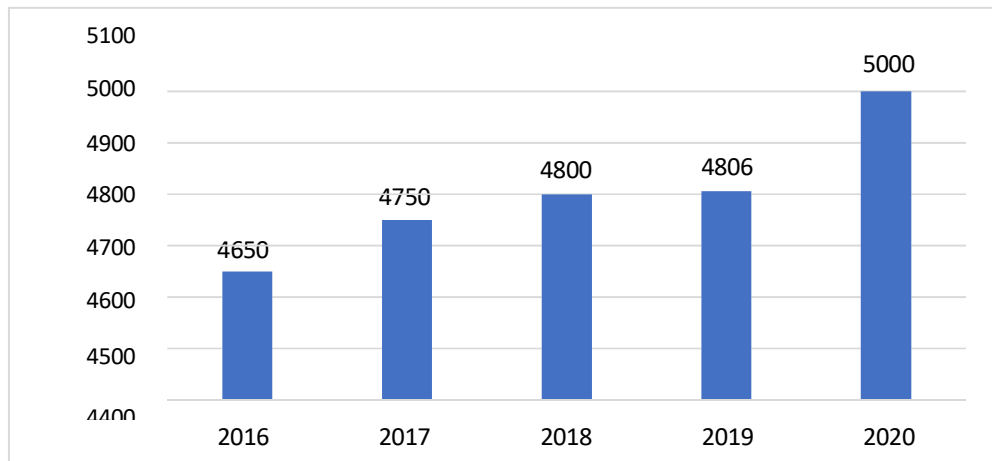
Abstrak. Pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi kenangan di kota bekasi (studi pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi kenangan di kota bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif teknik yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan adalah rumus slovin. populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen The originote di prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 155 responden. Pengolahan data serta Pengujian hipotesis menggunakan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan. fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. hasil uji simultan menunjukkan bahwa harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Kata kunci: Harga, fasilitas dan kualitas pelayanan

LATAR BELAKANG

Saat ini salah satu bisnis yang cukup diminati oleh para pelaku bisnis di indonesia yaitu bisnis dibidang *food and beverage*, fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya bisnis *food and beverage* dari skala kecil sampai besar yang terus bermunculan hingga saat ini. Hal ini menyebabkan setiap pelaku bisnis saling berkompetisi untuk menganalisis pasar serta

menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka suatu bisnis memiliki peluang lebih untuk unggul dalam suatu persaingan yang kompetitif. Salah satu bisnis *food and beverage* yang saat ini terus bermunculan yaitu kedai kopi kekinian. Fenomena ini sudah terlihat beberapa tahun terakhir dimana terdapat banyak kedai kopi kekinian dengan nama merek masing-masing yang terus bermunculan. Setiap kedai kopi menawarkan menu-menu yang variatif dengan racikan kopi tersendiri sehingga memiliki keunggulan masing-masing yang menyebabkan konsumen memiliki pilihan tersendiri dalam memilih dan membeli minuman kopi kekinian dari kedai-kedai kopi yang ada.



Berdasarkan data konsumsi kopi domestik di Indonesia, terlihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia tahun 2016 hingga tahun 2020 terus meningkat setiap tahunnya, terutama pada tahun 2020 yang dimana konsumsi kopi di Indonesia meningkat cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 konsumsi kopi domestik yaitu sebanyak 5.000.000, sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 4.806.000. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi pertanda bahwa kopi merupakan barang yang diminati banyak kalangan masyarakat di Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi positif atau negatif dari hasil pengalaman pelanggan dengan produk atau layanan (Oliver, 1980). Kepuasan pelanggan melibatkan perbandingan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual. Kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat kepuasan dan keinginan pelanggan setelah mengalami produk atau layanan (Ali et al., 2023). Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual pelanggan (Saputra & Sumantyo, 2023)

indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) 1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. 2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan. (Santosa, 2023). 3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah

pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Harga

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131), Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, karena suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

indikator-indikator harga, yaitu. 1. Keterjangkauan harga, Harga yang terjangkau yaitu ekpektasi pelanggan sebelum melangsungkan pembelian. Pelanggan dapat mencari produk yang harganya bisa digapai oleh pelanggan. 2. Kesesuaian harga dengan mutu produk, Untuk produk tertentu, pelanggan biasanya tidak keberatan jika harus membeli dengan harga yang relatif mahal yang penting mutu produk yang berkualitas. Tetapi pelanggan menghendaki produk dengan harga yang murah dan mutu yang baik. 3. Daya saing harga, Organisasi menentukan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya sehingga produk mereka bisa bersaing di pasar. 4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya, Pelanggan sering menginginkan harga produk tetapi lebih bersangkutan dengan manfaatnya produk.

fasilitas

Menurut Kotler (2019:45) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat.

Indikator fasilitas. Menurut (Tjiptono 2014) Indikator fasilitas ada enam, yaitu: 1.Pertimbangan/perencanaan spasial. 2.Perencanaan ruangan. 3.Perengkapan/perabotan. 4.Tata cahaya dan warna. 5. pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. 6.Unsur pendukung.

Kualitas pelayanan.

Kualitas Pelayanan ialah melayani pelanggan dengan pemenuhan terhadap kebutuhan/keperluan dan kemauan pelanggan serta penyampaian yang tepat dalam meningkatkan intensi pelanggan. Pada umumnya mayoritas orang dalam perusahaan merupakan bagian terpenting yang tidak dapat dipisahkan (Berthania, 2017:9)

indikator kualitas pelayanan menurut (Kotler dalam Purwani dan Wahdiniwaty 2017) adalah sebagai berikut: 1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat. 2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. 3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin. 4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan. 5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana

Penelitian Terdahulu

| No | NAMA & TAHUN PENELITIAN | JUDUL | VARIABEL | HASIL PENELITIAN |
|----|--|--|---|---|
| 1. | (Kevin Diwiry, 2023) | Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Tangerang | Variabel Independen: Harga, fasilitas dan kualitas pelayanan Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan | Hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. |
| 2. | (Irfan, 2019) Jurnal Ekonomi Islam | Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan | Variabel Independen: Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas Variabel Dependen: Tingkat Kepuasan Pelanggan | Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan namun variabel harga tidak berpengaruh signifikan, secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari water park Bontang dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 |
| 3. | (Primanonik, 2022) Journal of Economics and Business UBD | Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Kuliner Makanan di Kecamatan Neglasari | Variabel Independen: Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas Variabel Dependen: Tingkat Kepuasan Pelanggan | Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dan sampel penelitian ini yaitu pelanggan UMKM Kuliner Makanan di kecamatan Neglasari. Kesimpulan yang sudah diteliti terdapat hal yang berpengaruh positif dan bernilai signifikan terhadap variabel harga, kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Kuliner Makanan Di Kecamatan Neglasari. |

| NO | NAMA & TAHUN PENELITIAN | JUDUL | VARIABEL | HASIL PENELITIAN |
|----|---|---|---|--|
| 4. | Nikie Hartadi dan Nur Elfi Husda (2020) | Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. | Variabel Independen: Kualitas pelayanan Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan | Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tanjung Uncang di Kota Batam. |
| 5. | (Tombeng et al., 2019) | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. | Variabel Independen: Kualitas pelayanan, Harga Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan | Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Raja Oci Manado. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Raja Oci Manado |

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif memiliki tiga ciri di lapangan yaitu penelitian dari awal sampai akhir bersifat tetap, sehingga akan mengalami kesamaan judul laporan penelitian. Mengembangkan masalah yang sudah ditemukan sebelumnya. Dan masalah akan berbeda pada saat berada di lapangan karena telah terkonfirmasi dengan realita yang ditemukan (Nurwulandari dan Darwin, 2020).

POPULASI DAN SAMPEL

Jumlah Populasi dalam penelitian ini berjumlah 251 yang di dapat dari Biro Administrasi Akademik (BAA). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel. Jumlah sampel

penelitian ini sebanyak 155 responden. Dengan diketahuinya sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. pengguna produk kopi kenangan yang telah melakukan pembelian minimal 1 kali maka, rumus slovin digunakan untuk mengukur sampel penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data yang telah diolah dengan menggunakan SmartPLS 4.0 dalam mengetahui hubungan antara variabel langsung dan variabel tidak langsung sudah menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis penelitian ini sesuai. Hasil uji hipotesis akan dijelaskan sebagaimana berikut ini :

Harga terhadap kepuasan pelanggan (H1)

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang dihasilkan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. hasil analisis data menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0.157, kemudian nilai $T_{statistik} 1.406 > T_{tabel} 1,97$ dan nilai $P-values$ sebesar $0.160 > 0,05$. maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. **(H1 Ditolak)** (Suwikromo et al., 2022) dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwikromo menunjukkan hasil harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dimana sesuai dengan hasil yang saya teliti.

Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (H2)

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang dihasilkan variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Sertifikasi kompetensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0.159, kemudian nilai $T_{statistik} 2.109 > T_{tabel} 1,97$ dan nilai $P-values$ sebesar $0.035 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan dinyatakan bahwa fasilitas memiliki peran baik sehingga dapat berpengaruh positif dan signifikan. **(H2 diterima)** (kevindiwiry, 2023) dari hasil penelitian yang dilakukan oleh kevindiwiry pada tahun 2023 menunjukkan hasil fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimana sesuai dengan hasil yang saya teliti.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (H3)

pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai koefisien sebesar 0.277, kemudian nilai $T_{statistik} 4.939 > T_{tabel} 1,97$ dan nilai $P-values$ sebesar $0.000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima dan dinyatakan bahwa hipotesis ketiga diterima dan dinyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan **(H3 Diterima)**.(kevindiwiry, 2023) dari hasil penelitian yang dilakukan oleh kevindiwiry pada tahun 2023 menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimana sesuai dengan hasil yang saya teliti.

Harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (H4)

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung yang dihasilkan variabel Harga, Fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis *R-square* menunjukkan bahwa nilai dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.823. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima dan dinyatakan seluruh konstruk eksogen yaitu Harga (X_1), fasilitas (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap

konstruk endogen yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.823 atau 82.3% (**H4 diterima**). (kevindiwiry, 2023) dari hasil penelitian yang dilakukan oleh kevindiwiry pada tahun 2023 menunjukkan hasil harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimana sesuai dengan hasil yang saya teliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti mengenai Harga sebagai Variabel X1, Fasilitas sebagai Variabel X2, kualitas pelayanan X3 dan kepuasan pelanggan Y, sehingga peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut ini: 1. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4. harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Saran : 1. Untuk menjaga kepuasan pelanggan tetap tinggi tanpa harus mempengaruhi harga, fokuskan pada peningkatan fasilitas dan pelayanan. komunikasikan dengan jelas manfaat yang diberikan oleh produk sehingga pelanggan merasa nilainya sepadan dengan harga yang dibayar. 2. Peningkatan Customer Satisfaction pada kopi kenangan di Bekasi dapat dilakukan dengan lebih teratur merapikan atau membersihkan meja yang telah ditinggalkan oleh konsumen lain agar konsumen yang baru datang dapat duduk dan menikmati produk dengan lebih nyaman dan santai, karena faktor itulah yang membuat konsumen merasa puas atau tidak berada disana.

DAFTAR REFERENSI

- (2012), G. T. (2020). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 938, 6–37.
- (2012), K. dan A. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado the Effect of Promotion , Physical Evidence , Digital Marketing Price on Purchase Decisions At E-Commerce Shopee in Manado City. *Jurnal Emba Vol 11 No 1 Februari 2023*, 11(1), 786–797.
- (2019:19), S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- (2019), G. et al. (2021). Analisis dan Determinan Nilai Tukar Petani Tanaman Pangan (NTPP) di Provinsi Sulawesi Selatan. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 45(2), 146. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v45i2.57364>
- (2020), N. H. dan N. E. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), . 34-43.
- (2022), T. dan Y. (2022). BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 7–25.
- (Cindy Magdalena Gunarsih, 2021) \. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- (Santosa, 2022). (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Tangerang. <Http://Repositori.Buddhidharma.Ac.Id/1875/3/COVER%20-%20BAB%20III.Pdf>, 1–71.

Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Bekasi (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020). (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 03(02), 134–146.

Brigada endah (2023). (n.d.). *Pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada graha fitness di kota batam.*

Danang Sunyoto (2019:131. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Membelian Produk Wardah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 104–119. <https://doi.org/10.47686/jab.v9i1.584>