

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Teman Cerita

Uswatun Hasanah^{1*}, Amirul Mukminin², Ismunandar³

¹⁻³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Alamat: Jl. Monginsidi, Sarae, Kec. Rasanee Bar., Kab. Bima, Nusa Tenggara Barat

*Korespondensi penulis: uswatunhasanah.stiebima22@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Cafe Teman Cerita. The research employed a quantitative method with an associative approach. The population consisted of all customers who had made purchases at Cafe Teman Cerita, while the sample included 96 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 2.401 and a significance value of $0.018 < 0.05$. Meanwhile, price does not have a significant effect on customer satisfaction, with a t-value of -1.568 and a significance value of $0.120 > 0.05$. Simultaneously, service quality and price significantly affect customer satisfaction, as indicated by an F-value of 3.359 and a significance value of $0.039 < 0.05$. The study concludes that improving service quality is the main factor in enhancing customer satisfaction at Cafe Teman Cerita.*

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Cafe Teman Cerita, dengan sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 2,401 dan signifikansi $0,018 < 0,05$. Sementara itu, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung -1,568 dan signifikansi $0,120 > 0,05$. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 3,359 dan signifikansi $0,039 < 0,05$. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kuliner di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, ditandai dengan semakin banyaknya cafe dan restoran baru yang bermunculan di berbagai daerah, tidak hanya di kota besar tetapi juga pada wilayah kabupaten Bima. Perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat menjadi faktor pendorong utama, di mana aktivitas mengunjungi cafe bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan makan dan minum, melainkan telah berubah menjadi bagian dari aktivitas sosial, rekreasi, hingga kebutuhan pekerjaan seperti belajar dan bekerja secara fleksibel (Kloter, 2016). Selain itu, perkembangan teknologi dan media sosial juga memberikan pengaruh besar terhadap cara masyarakat memilih tempat kuliner (Chaffey, D.,

& Smith, 2022). Konsumen kini lebih mudah memperoleh informasi mengenai kualitas suatu cafe melalui ulasan, foto, rekomendasi, serta tren digital yang membuat persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Dengan kondisi pasar yang dinamis tersebut, pelaku usaha kuliner dituntut untuk mampu menghadirkan pelayanan yang profesional, kenyamanan fasilitas, serta pengalaman yang mampu memberikan nilai lebih bagi pelanggan agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya dalam jangka panjang (Tjiptono, 2019).

Dalam konteks usaha jasa seperti cafe, kepuasan pelanggan menjadi komponen yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan keberlanjutan usaha. Menurut (Tjiptono, 2020), kepuasan pelanggan merupakan respons emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan dan kinerja yang diterima. Ketika hasil layanan sesuai atau melebihi harapan, maka timbul kepuasan, tetapi apabila layanan berada di bawah harapan, maka akan muncul ketidakpuasan. (Kotler P., 2019) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, tetapi juga berdampak pada loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta citra positif terhadap usaha. Dalam industri kuliner khususnya cafe, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas menu, tetapi juga ditentukan oleh kenyamanan tempat, interaksi dengan karyawan, suasana lingkungan, konsistensi pelayanan, serta kesesuaian harga. Pelanggan yang merasa puas cenderung kembali melakukan kunjungan, memberikan ulasan positif, serta menjadi media promosi tidak langsung yang membantu meningkatkan reputasi dan daya saing usaha. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor pembentuk kepuasan menjadi suatu kebutuhan strategis bagi pelaku usaha kuliner di era persaingan modern.

Faktor yang sering dikaitkan dengan kepuasan pelanggan dalam industri jasa adalah kualitas pelayanan dan harga. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengembangkan model SERVQUAL yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi tersebut menggambarkan bagaimana penyedia jasa mampu memberikan pelayanan secara konsisten sesuai harapan pelanggan. (Kotler, P, Armstrong, G, Harris, L. C, & He, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan proses penyampaian layanan yang mampu memberikan kenyamanan, perhatian, dan keakuratan sehingga menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Di sisi lain, harga juga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan tingkat kepuasan. Menurut (Kotler, Philip and Armstrong, 2019), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa, sedangkan menurut (Tjiptono, 2019), persepsi harga terbentuk melalui beberapa aspek seperti keterjangkauan,

kesesuaian harga dengan kualitas, perbandingan dengan pesaing, serta kesesuaian dengan manfaat yang diterima. Apabila pelanggan merasa harga yang diberikan adil dan sesuai dengan kualitas layanan, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, ketidaksesuaian harga dapat menimbulkan persepsi negatif meskipun produk atau layanan yang disediakan cukup baik. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan harga memiliki peran penting dan saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan pada usaha kuliner.

Berdasarkan uraian mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan harga dalam membentuk kepuasan pelanggan, maka perlu dilakukan pengkajian lebih lanjut pada objek penelitian yang relevan, yaitu Cafe Teman Cerita yang merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kuliner di Kabupaten Bima dan menawarkan konsep cafe modern dengan menyediakan berbagai menu minuman kekinian serta makanan ringan yang digemari oleh kalangan remaja hingga dewasa muda. Cafe ini menjadi salah satu pilihan tempat berkumpul, belajar, dan bekerja bagi masyarakat karena menyediakan suasana yang nyaman dan fasilitas pendukung seperti akses internet dan area duduk yang bervariasi. Menu yang ditawarkan terdiri atas minuman kekinian, makanan ringan yang disesuaikan dengan selera pasar. Berdasarkan observasi awal, Cafe Teman Cerita memiliki jumlah kunjungan yang cukup stabil di mana jumlah pengunjung dapat mencapai puluhan orang per hari serta volume penjualan yang mampu menembus ratusan cup minuman setiap harinya terutama pada akhir pekan dan jam-jam tertentu seperti sore dan malam hari. Namun, dengan semakin banyaknya usaha sejenis di wilayah Kabupaten Bima, cafe ini dihadapkan pada tuntutan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen. Konsumen yang datang ke cafe tidak hanya mencari rasa yang enak, tetapi juga pengalaman menyeluruh yang mencakup kenyamanan suasana, keramahan karyawan, kecepatan penyajian, serta ketersediaan menu yang konsisten. Hal tersebut menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, Cafe Teman Cerita memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya tetap diminati oleh masyarakat. Lokasinya strategis dan mudah dijangkau, baik oleh pelanggan lokal maupun pengunjung dari luar daerah. Suasana kafe yang nyaman, bersih, dan memiliki konsep estetik memberikan nilai tambah bagi konsumen yang mengutamakan pengalaman visual dan kenyamanan saat berkunjung. Cafe ini juga mengikuti perkembangan tren dengan menampilkan menu-menu terbaru yang relevan dengan selera generasi muda, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh sebagian besar karyawan dinilai ramah dan komunikatif,

sehingga menciptakan hubungan positif antara konsumen dan penyedia layanan. Fasilitas tambahan seperti akses Wi-Fi gratis, area foto, dan tempat duduk yang fleksibel menjadikan cafe ini tidak hanya sekadar tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang yang mendukung aktivitas produktif. Keunggulan-keunggulan tersebut berpotensi mempertahankan loyalitas pelanggan apabila dikelola dengan baik melalui peningkatan kualitas layanan dan strategi harga yang tepat.

Namun demikian, berdasarkan temuan awal dan umpan balik dari beberapa pelanggan, masih terdapat sejumlah permasalahan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Cafe Teman Cerita. Beberapa keluhan yang muncul antara lain waktu penyajian yang terkadang lama terutama pada saat cafe dalam kondisi ramai, sehingga menurunkan kenyamanan konsumen yang memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, konsistensi pelayanan karyawan masih belum merata, di mana terdapat perbedaan dalam kecepatan dan keramahan antar petugas yang dapat menimbulkan persepsi pelayanan yang tidak stabil. Dari sisi harga, sebagian pelanggan menilai terdapat beberapa menu yang kurang sesuai antara harga dan porsi yang diterima, sehingga menimbulkan persepsi kurang adil. Jika permasalahan ini tidak diperbaiki secara berkelanjutan, maka berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan mendorong pelanggan untuk beralih ke cafe lain yang menawarkan pelayanan dan harga yang lebih kompetitif. Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Teman Cerita.

2. KAJIAN TEORITIS

Salah satu cabang penting dalam ilmu manajemen adalah manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan pertukaran yang memberikan kepuasan bagi konsumen maupun perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2019), manajemen pemasaran berorientasi pada upaya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan nilai yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam praktiknya, perusahaan harus mampu mengelola berbagai unsur pemasaran yang dapat memengaruhi persepsi dan penilaian konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan menggambarkan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa yang diterima. Menurut

Kotler dan Keller (2022), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan pengalaman yang diperoleh setelah melakukan pembelian atau penggunaan. Sementara itu, Tjiptono (2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tercipta apabila kinerja produk atau jasa mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dengan demikian, tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Salah satu faktor yang diyakini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kelima dimensi tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Secara empiris, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah dibuktikan dalam berbagai penelitian. Siska dan Wufron menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kafe. Penelitian Rahman, Suharno, dan Asnawati juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), harga tidak hanya berfungsi sebagai alat pertukaran, tetapi juga menjadi indikator nilai yang diterima konsumen. Konsumen cenderung merasa puas apabila harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh. Sebaliknya, apabila harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan manfaat yang diterima, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun.

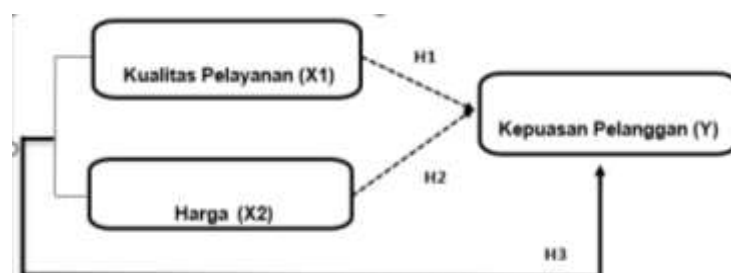
Hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Marati (2016) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan

pelanggan karena konsumen mempertimbangkan keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, serta manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa yang digunakan. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga tidak selalu menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pada kondisi tertentu, pelanggan lebih memprioritaskan kualitas pelayanan, kenyamanan, dan pengalaman yang diperoleh dibandingkan aspek harga semata.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Kualitas pelayanan berperan dalam menciptakan pengalaman positif melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional, sedangkan harga berperan dalam membentuk persepsi nilai yang diterima pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan dan harga yang ditetapkan dianggap wajar serta sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga menjadi variabel penting yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting, (Sugiyono, 2020). Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang di teliti yaitu hubungan antara variabel independent (X) dan Dependen (Y).



Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori-teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kerangka berpikir di atas, adapun hipotesis penelitian ini adalah:

1. H1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita.
2. H2: Terdapat Pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita.
3. H3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Bima yang pernah melakukan pembelian di Cafe Teman Cerita minimal satu kali. Di karenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak di ketahui secara pasti, maka untuk mengetahui besarnya sampel yaitu menggunakan rumus Unknow Population (Zahrowati, & Suparwati, 2018).

$$N = \left\{ \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{1.96 \cdot 0.25}{5\%} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{0.49}{0.05} \right\}^2$$

$$N = 96.4$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

Z_α : Nilai dari table distribusi normal atas Tingkat keyakinan 95%= 1,96%.

σ = Standar deviasi 25%

e = error (batas kesalah = 5%)

Teknik pengambilan sampel menggunakan kombinasi purposive sampling dan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus unknown population. Kriteria responden yaitu berusia minimal 15 tahun dan pernah melakukan pembelian di Cafe Teman Cerita sekurang-kurangnya satu kali. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas,

multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F pada tingkat signifikansi 5% untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antarvariabel penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dari hasil pengujian Uji Validitas yang di lakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 22.0 maka dapat di nyatakan sebagai berikut.

Tabel 1 Uji Validitas Kualita Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	Kualitas Pelayanan (X1)	Harga (X2)	Kepuasan Pelanggan(Y)	R tabel	Keterangan
	R hitung	R hitung	R hitung		
1	0,621	0,329	0,629	0,30	Valid
2	0,517	0,385	0,608	0,30	Valid
3	0,547	0,322	0,729	0,30	Valid
4	0,601	0,471	0,792	0,30	Valid
5	0,485	0,467	0,644	0,30	Valid
6	0,605	0,497	0,611	0,30	Valid
7	0,571			0,30	Valid
8	0,499			0,30	Valid
9	0,553			0,30	Valid
10	0,584			0,30	Valid

Sumber (Data yang di olah 2026)

Dari hasil pengujian Uji Validitas yang di lakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 22. 0 maka dapat di nyatakan bahwa variable Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada keseluruhan instrument yang di guna nyatakan Valid karena $> 0,30$.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas di lakukan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS versi 27 Uji Statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu Konstruk atau variable di katakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 dapat di lihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	R Hitung	N	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,755	10	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,881	6	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,756	6	0,60	Reliabel

Sumber (Data yang di olah 2026)

Dari table di atas ini *Cronbach Alpha* (α) untuk masing variable lebih besar ($>0,60$) maka variable Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang di katakana reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian Kenormalan terhadap sisaan regresi Dua variabel bebas terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std.	2.65631982	
	Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute	.123	
	Positive	.075	
	Negative	-.123	
Test Statistic		.123	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c	
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: output spss v27, 2026

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi = $0.200 > 0.05$ artinya dengan demikian asumsi normalitas atau data penelitian terdistribusi **normal**.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 maka menunjukkan tidak adanya multikolinieritas. Pengujian asumsi multikolinier dapat dilihat pada Tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Kualitas Pelayanan	.932	1.073	
Harga	.932	1.073	

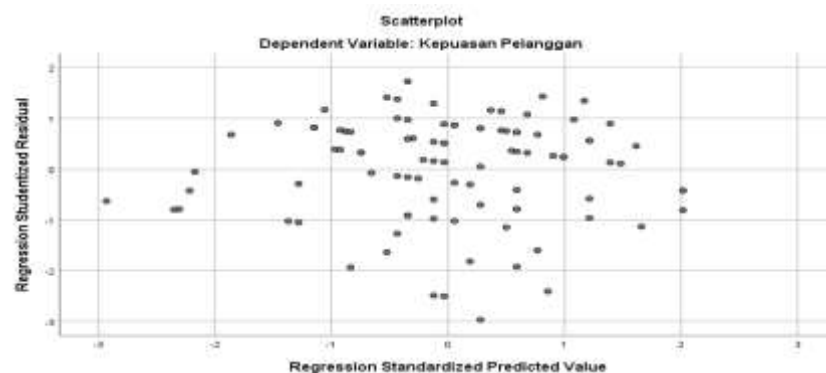
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: output spss v22, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada Tabel 4 variabel bebas yang menunjukkan nilai Tolerance untuk Kualitas Pelayanan (X1), = 0,932 > 0,10 dan VIF 1,037 < 10, nilai Tolerance untuk Harga (X2) = 0,932 > 0,10 dan VIF 1,1.073 < 10, maka kesimpulan dari pengujian data tersebut Tidak Multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut Uji Heterokedastisitas



Gambar 1 Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan Gambar 1 plot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik plot tidak membentuk pola tertentu dan cenderung menyebar disekitar sumbu Y=0. Oleh karena itu dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian ada tidaknya autokorelasi pada regresi variabel dependen dilakukan dengan memeriksa statistik *Durbin- Watson* (DW). Hasil Uji Autokorelasi Berdasarkan output SPSS Versi 22,0 uji *Durbin-Watson* dapat dilihat pada tabel 4.5 ringkasan *Durbin Watson* sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.260a	.067		.047	2.66708	1.490
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: output spss v22, 2026

Berdasarkan data tabel di atas Nilai *Durbin Watson* pada *model Summary* adalah sebesar 1.490. Berdasarkan tabel kriteria uji Darbin Watson yang ke 5 dimana jika $du < d < 4 - du$ dapat disimpulkan terjadi autokorelasi positif. Maka diperoleh hasil $1,9547 > 1,490 < 2,0453$ maka dapat disimpulkan data mengalami autokorelasi positif. Dengan demikian, model regresi perlu diuji lebih lanjut untuk memastikan hasilnya, sehingga validitas analisis tetap dapat dipertahankan. Untuk menyelesaikan hal ini dapat digunakan uji *runt test* sebagai pengujian tambahan terhadap autokorelasi.

Tabel 6 Durbin Watson

Durbin Watson	dL	dU	4-du	Keterangan
1.490	1,3986	1,9547	2,0453	Terjadi autokorelasi positif

Sumber: Data di olah 2026

Tabel 7 Hasil Uji Runt test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Valuea	.66265
Cases < Test Value	48
Cases >= Test Value	48
Total Cases	96
Number of Runs	43
Z	-1.231
Asymp. Sig. (2-tailed)	.218
a. Median	

Sumber: output spss v22, 2026

Berdasarkan hasil uji *runt test* pada tabel di atas, terlihat nilai *Asymp sig. (2-tailed)* sebesar 0,218 lebih besar dari 0,05 ($0,218 > 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian tidak mengalami kendala autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.0, di peroleh hasil sebagai berikut :

Tabel 8 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.147	5.554		4.167	.000
Kualitas Pelayanan	.221	.092	.249	2.401	.018
Harga	-.285	.181	-.163	-1.568	.120

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber output spss v22 ,2026

Sehingga model regresi berganda yang dapat di peroleh dari data di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = 23,147 + 0,221 X_1 - 0,285 X_2$$

Persamaan tersebut dapat di artikan sebagai berikut ini:

1. Kostanta sebesar 23,147, mengandung arti bahwa nilai Kualitas Pelayanan dan Harga nilai nol maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 23,147.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,221 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,221, dengan asumsi yang lain tetap.
3. Koefisien regresi Harga (X2) sebesar -0,285 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai Harga, maka nilai Keputusan Pembelian menurun sebesar -0,285. dengan asumsi yang lain tetap.

Koefisien Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 27.0, di peroleh hasil sebagai berikut

Tabel 9 Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.260a	.067	.047		2.66708	1.490

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber output spss v22 ,2026

Berdasarkan hasil olahan data spss versi 22.0 tersebut di peroleh nilai korelasi sebesar 0,260, dan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada **Rendah**. Hal ini di sesuaikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi di bawah ini.

Tabel 10 Koefisien Korelasi sebagai berikut:

Internal koefisien	Tingkat hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Koefisien Determinasi Berganda

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi yang sering disebut koefisien penentu, karena besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r). Berdasarkan pada tabel 10 di atas maka di peroleh nilai koefisien determinasi = 0.067 Pengujian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh sebesar 6,7%. Sedangkan 93,3% di pengaruhi oleh variabel lain di luar dari pada variabel yang di uji oleh peneliti ini seperti Harga, Promosi dan lainnya.

Uji Signifikansi

Uji T-Statistik

Berdasarkan hasil output SPSS 22.0 untuk melihat uji t pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel 11 adalah sebagai berikut :

Tabel 11 Hasil Uji T-Statistik

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.147	5.554		4.167	.000
Kualitas Pelayanan	.221	.092	.249	2.401	.018
Harga	-.285	.181	-.163	-1.568	.120

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber; output spss v22, 2025

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Teman Cerita. Berdasarkan hasil output SPSS versi 22.0 di atas diperoleh nilai thitung Kualitas Pelayanan (X1) = 2,401, dengan jumlah derajat kebebasan (dk) = n-2-1 atau

$96-2-1 = 93$. Sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,986$, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,401 > 1,986$), dan nilai sig $0,018 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima (**H1 diterima**). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pelanggan Cafe Teman Cerita lebih memperhatikan aspek pelayanan yang diberikan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan, serta kenyamanan saat berinteraksi dengan staf. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa puas ketika berkunjung. Dalam bisnis kafe, pelanggan tidak hanya membeli makanan dan minuman, tetapi juga mencari kenyamanan, suasana yang menyenangkan, dan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siska dan Wufron. Jurnal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan café di Kabupaten Garut dan penelitian yang dilakukan oleh Rahman, Suharno, dan Asnawati menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Teman Cerita. Berdasarkan hasil output SPSS versi 22.0 di atas diperoleh nilai t_{hitung} Harga (X_2) = $-1,568$, dengan jumlah derajat kebebasan (dk) = $n-2-1$ atau $96-2-1 = 93$. Sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,986$, maka t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-1,568 < 1,986$), dan nilai sig $0,120 > 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditolak (**H2 ditolak**). Tidak signifikannya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dapat disebabkan karena pelanggan Cafe Teman Cerita tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan utama dalam menilai kepuasan mereka. Pelanggan lebih memperhatikan pengalaman yang diperoleh selama berada di kafe, seperti suasana tempat yang nyaman, kualitas pelayanan yang baik, serta kesempatan untuk berkumpul dan bersosialisasi dengan teman. Dengan demikian, meskipun terdapat perbedaan persepsi mengenai harga, hal tersebut tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu, sebagian besar pelanggan Cafe Teman Cerita merupakan kalangan pelajar, mahasiswa, atau masyarakat yang telah memahami kisaran harga produk yang ditawarkan, maka harga yang ada dianggap masih wajar dan sesuai dengan manfaat yang diterima. Kondisi ini menyebabkan variasi persepsi harga tidak cukup kuat untuk memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Banyak pelanggan datang ke Cafe Teman Cerita

bukan semata-mata karena harga yang murah, melainkan karena suasana, lokasi, dan pengalaman yang ditawarkan oleh kafe tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Hamid dan Febsri Susanti (2023) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Go-Jek. Selain itu, penelitian oleh Heny Fitriani (2022) juga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga faktor lain seperti kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengalaman konsumen.

Uji F Statistik

Adapun ringkasan dari output SPSS 22.0 untuk melihat uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 12 adalah sebagai berikut.

Tabel 12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.793	2	23.896	3.359	.039b
	Residual	661.540	93	7.113		
	Total	709.333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: output spss v22, 2026

H3: Kualitas Pelayanan dan Harga pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Teman Cerita. Berdasarkan hasil olahan data SPSS versi 22.0 diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu nilai Fhitung sebesar 3,359. Dimana $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel pembentuk regresi, sehingga $df_1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 = 96-3 = 93$, maka diperoleh nilai Ftabel = 1,985. Berdasarkan hasil tersebut, maka Fhitung lebih besar dari Ftabel ($3,359 > 1,985$), dan nilai sig $0,039 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima (**H3 diterima**). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Cafe Teman Cerita tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan kombinasi dari kualitas pelayanan dan harga yang diberikan. Pelanggan akan merasa lebih puas apabila memperoleh pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif serta mendapatkan harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk dan pengalaman yang diterima. Meskipun pada pengujian parsial variabel

harga tidak berpengaruh signifikan, ketika digabungkan dengan kualitas pelayanan dalam model penelitian, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam konteks Cafe Teman Cerita, pelanggan cenderung menilai keseluruhan pengalaman yang mereka peroleh selama berkunjung. Kepuasan pelanggan tidak hanya terbentuk karena harga yang terjangkau atau pelayanan yang baik secara terpisah, tetapi karena adanya kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan pelayanan dan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, pelanggan dapat tetap merasa puas ketika harga produk dianggap wajar dan didukung oleh kualitas pelayanan yang baik. Sebaliknya, harga yang sesuai tanpa didukung pelayanan yang memadai juga dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pihak Cafe Teman Cerita perlu mempertahankan kualitas pelayanan sekaligus menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli dan harapan pelanggan. Dengan menjaga keseimbangan antara kedua faktor tersebut, tingkat kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan sehingga mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan Cafe Teman Cerita kepada orang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhamad Surya Abadi (2022) dan Silalahi & Kadafi (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Teman Cerita, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan merespons kebutuhan pelanggan, serta kenyamanan yang dirasakan pelanggan selama berkunjung, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa pelanggan Cafe Teman Cerita tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam menilai kepuasan mereka. Pelanggan cenderung lebih memperhatikan pengalaman yang diperoleh, termasuk kualitas pelayanan, suasana kafe, dan kenyamanan selama berada di lokasi. Namun demikian, secara simultan kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari kombinasi berbagai faktor yang saling

mendukung. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah pengelola Cafe Teman Cerita perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi dan keramahan karyawan, menjaga kecepatan serta konsistensi pelayanan, dan mempertahankan suasana kafe yang nyaman. Selain itu, meskipun harga tidak berpengaruh secara parsial, pengelola tetap perlu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan agar pelanggan tetap merasakan nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat dipertahankan dan ditingkatkan sehingga mendorong loyalitas pelanggan serta keberlanjutan usaha Cafe Teman Cerita.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pihak Cafe Teman Cerita disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kemampuan merespons kebutuhan pelanggan, dan konsistensi pelayanan, karena faktor tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengelola juga perlu mempertahankan suasana kafe yang nyaman, kebersihan lingkungan, serta melakukan inovasi produk secara berkelanjutan guna menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Meskipun harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, evaluasi terhadap penetapan harga tetap perlu dilakukan agar harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diterima pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, promosi, suasana kafe, lokasi, dan citra merek sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha kuliner.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya Wardhana. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Bayuardie, et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pasar Kompetitif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing ; Strategy, implementation and practice*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irzaldi, Yazid, Hidayat, & W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,.

- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2022). Principles of Marketing (Global Edition). Pearson Education.
- Kurniawan, F. Y., & Sari, D. (. (2017). pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi Inglorious Industries Di Kota Bandung. E-Proceeding of Management :
- Marati, N. C. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi ojek online (Study pada konsumen gojek di Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JP. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 4(3).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1),.
- Rachman, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro. Diponegoro Journal Of Social And Political Science,.
- Riduwan. (2022). Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2020). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Service, Quality dan Customer Satisfaction Edisi 5. Yogyakarta: Andi Offse.
- Zahrowati, & Suparwati, S. (2018). No. Banten: Unpam Press.