

Effects of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Sha'ring Karanganyar Shop

Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Sha'ring Karanganyar

Destyana Hutami Nurramaadhanti¹ Yosephien Angelina Yulia²

STIE Adi Unggul Bhirawa Program Sarjana Manajemen

Email: joeangel5@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality and price at Sha'Ring Karanganyar, with the population in this study being 100 customers of Sha'Ring Karanganyar with using Simple Random Sampling. The result of the Multiple Linear Regression equation show that product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at Sha'Ring Karanganyar, while price has a negative and insignificant effect. The result of the F test analysis show that the variables of product quality, service quality and price simultaneously affect customer satisfaction at Sha'Ring Karanganyar. The result of the R² test show that the variables of product quality, service quality and price are ables to affect customer satisfaction by 8,6% and the remaining 91,4% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords : *Product Quality, Service Quality and Price.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di kedai Sha'Ring Karanganyar dengan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kedai Sha'ring Karanganyar sejumlah 100 orang dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar, sedangkan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar. Hasil uji R² menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mampu mempengaruhi volume penjualan sebesar 8,6% dan sisanya 91,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya. Memiliki usaha di era globalisasi sekarang ini menjadi tantangan yang tidak pernah habisnya, terlebih lagi upaya memiliki usaha dengan beragam jenis peluang usaha. Sebenarnya, banyak hal yang bisa dijadikan sebagai peluang usaha untuk kesempatan dalam mendapatkan keuntungan, khususnya secara finansial. Selain itu juga, memiliki usaha saat ini seringkali seperti hal yang wajib untuk dimiliki oleh setiap orang.

Saat ini minum kopi sudah menjadi gaya hidup (*lifestyle*) di Indonesia, bagi kebanyakan masyarakat Indonesia, minum kopi adalah suatu ritual yang unik. Akhirnya minum kopi pun sudah mulai menjadi gaya hidup, baik kalangan elit, menengah, maupun masyarakat kecil. Bahkan seperti layaknya suatu ritual khusus, ritual minum kopi ini membutuhkan tempat yang juga istimewa untuk menikmati kelezatan kopi. Rasanya yang khas dan aromanya yang unik menjadikan kopi sebagai suatu hal yang menarik. Para penikmat kopi akan benar-benar memilih cita rasa kopi yang nikmat dan tempat yang nyaman untuk menikmatinya. Dan alasan-alasan itulah yang bisa di dimanfaatkan oleh pengusaha kedai kopi atau calon pengusaha kedai kopi sehingga bisnis kedai kopi ini akan sangat menjanjikan ke depannya.

Di daerah Karanganyar sendiri telah banyak berdiri coffee shop dengan konsep tradisional maupun modern yang berlokasi di gang-gang kecil, di jalan-jalan raya, tempat yang tersembunyi, ataupun yang strategis, bahkan hingga ke pusat-pusat perbelanjaan.

Kebebasan berekspresi menumbuhkan kreatifitas sehingga bermunculan kedai kopi yang bervariasi, hal ini pelanggan dapat memilih kedai kopi sesuai selera masing-masing. Coffee shop di Kota Karanganyar juga menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non kopi lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan *live music* dan fasilitas penunjang lainnya. Kedai kopi ini memiliki desain interior khas serta pelayanan yang ramah.

Kompetisi bisnis kopi di Kota Karanganyar tampak semakin kompetitif. Persaingan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga begitu sengit, menuntut para pelaku bisnis kopi untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh pelanggan. Pelaku bisnis juga diharapkan dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan pelanggan dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan akan membuat pelanggan melakukan pembelian dimasa yang akan datang.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di kedai kopi khususnya tentang kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2013) pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Ketika pelanggan membeli suatu produk atau jasa, ia memiliki harapan mengenai bagaimana produk atau jasa tersebut dapat berfungsi memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dikehendakinya.

Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Yang pertama adalah kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Yang kedua kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dan yang terakhir adalah harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Maka penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga melalui penelitian yang diberi judul "*EFEK KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI SHA'RING KARANGANYAR*".

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Sha'ring Karanganyar?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Sha'ring Karanganyar?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Sha'ring Karanganyar?

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* pengumpulan data sebanyak 100 responden. Model analisis ini menggunakan analisis linier berganda dengan beberapa uji, yaitu : (1) Uji Instrumen, meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ; (2) Uji Asumsi Klasik meliputi : Uji Auto Korelasi, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastitas, dan Uji Multikolinieritas ; (3) Regresi Linier Berganda ; (4) Uji t ; (5) Uji F ; Uji Koefisien Determinasi / Adjusted R Square (R^2)

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
	(Constant)	9,186	3,367		2,728	,008
2	Kualitas Produk	,176	,067	,254	2,640	,010
	Kualitas Pelayanan	,210	,102	,200	2,060	,042
	Harga	-,076	,105	-,071	-,728	,071

Sumber: data diolah 2021

$$Y = 9,186 + 0,176 X_1 + 0,210 X_2 - 0,076 X_3$$

Dari persamaan regresi, dapat dijelaskan bahwa:

- α = Konstanta Regresi sebesar 9,186 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dianggap konstan maka kepuasan pelanggan tetap ada.
 - β_1 = Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,176 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya apabila kualitas produk di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi harga dan kualitas pelayanan konstan.
 - β_2 = Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,210 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya apabila Kualitas Pelayanan di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi kualitas produk dan harga konstan.
 - B_3 = Nilai koefisien regresi Harga (X_3) sebesar - 0,076 menunjukkan bahwa Harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya apabila Harga tetap atau konstan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi kualitas produk dan kualitas pelayanan konstan.
2. Uji t

Tabel 2 Hasil Uji t

Hubungan Variabel	Koefisien B	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	0,176	0,008	H1 Terbukti
Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	0,210	0,010	H2 Terbukti
Harga dengan Kepuasan Pelanggan	-0,076	0,469	H3 Tidak Terbukti

Sumber: data diolah 2021

- Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk (X_1) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,176 dengan tingkat signifikansi $0,008 < 0,05$ yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian ini menunjukkan bahwa Hipotesis 1 terbukti kebenarannya.

- b) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,210 dengan tingkat signifikansi $0,010 < 0,05$ yang berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian ini menunjukkan bahwa Hipotesis 2 terbukti kebenarannya.
- c) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga (X_3) mempunyai nilai koefisien sebesar -0,076 dengan tingkat signifikansi $0,469 > 0,05$ yang berarti Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian ini menunjukkan bahwa Hipotesis 3 tidak terbukti kebenarannya.

3. Hasil Uji F

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
No.		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	41,155	3	13,718	4,121	,009 ^a
1	Residual	319,595	96	3,329		
	Total	360,750	99			

Sumber : Data primer yang diolah , 2021

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel 3 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,009 . Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan)

4. Koefisien Determinasi R^2

Yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dengan presentase. Hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,338 ^a	,114	,086	1,825

Sumber Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji R^2 pada Tabel 4 diperoleh Adjusted R square sebesar 0,086. Sehingga diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 8,6 %. Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 8,6 % dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 91,4 % di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti antara lain promosi dan lokasi.

IMPLIKASI

Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar dapat di implikasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Sha'Ring Karanganyar. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila Kualitas produk ditingkatkan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat. Upaya yang dilakukan pada Kedai Sha'Ring Karanganyar, yaitu :

- Meningkatkan variasi produk.
- Meningkatkan tampilan makanan dan minuman agar lebih menarik.

c. Meningkatkan daya tahan produk agar tidak mudah basi.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Sha'Ring Karanganyar. Apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Upaya yang dilakukan pada Kedai Sha'Ring Karanganyar yaitu :

- a. Meningkatkan kecepatan dalam melayani.
- b. Meningkatkan ketepatan dalam melayani.
- c. Meningkatkan keramahan dalam melayani.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar. Hal ini berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Sha'Ring Karanganyar maka harga perlu dipertahankan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal antara lain sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar.
3. Variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar.
4. Hasil uji F menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha'Ring Karanganyar.
5. Hasil uji regresi linier berganda (R^2) menunjukkan hasil 8,6% yang berarti kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan 8,6% sedangkan sisanya 91,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Kedai Sha'Ring Karanganyar :
 - a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, saran yang di rekomendasikan :
 - 1) Meningkatkan variasi produk. Contohnya : Menawarkan variasi produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan Menciptakan kebutuhan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
 - 2) Meningkatkan tampilan makanan dan minuman agar lebih menarik. Contohnya : Memberikan tampilan yang unik dan variatif, Membuat kemasan yang lebih menarik dan Menjaga kualitas makanan didalam kemasan.
 - 3) Meningkatkan daya tahan produk agar tidak mudah basi. Contohnya: Selalu memperhatikan bahan makanan yang masuk ke dalam Kedai Sha'Ring..
 - b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, saran yang direkomendasikan :
 - 1) Meningkatkan ketepatan dalam melayani. Contoh : Selalu memahami dan mendengarkan kebutuhan konsumen yang dibutuhkan, kemudian berikan pelayanan seperti yang diinginkan oleh konsumen.
 - 2) Meningkatkan keramahan dalam melayani. Contoh : Selalu memberikan senyuman dalam melayani konsumen.
 - 3) Meningkatkan kecepatan dalam melayani. Contoh : Selalu memberikan respon cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen yang diinginkan.
2. Bagi peneliti yang akan datang.
 - a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji kembali temuan ini atau mungkin mengembangkan lagi model penelitian ini, pada jenis perusahaan yang sama atau berbeda, sehingga mampu

memperkuat khasanah pengetahuan dengan teori yang diuji dalam penelitian ini dengan konsep yang berkembang.

- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah beberapa variabel lain seperti kualitas pelayanan dan kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Lima. Rineka Cipta. Jakarta.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2002. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Dengan Program Spss*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Hasan, A. 2008. *Marketing*. MedPress (Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Kinner, Thomas C dan Taylor. James R. 1988. *Riset Pemasaran*. Edisi Ketiga Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2002, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Prastowo. Andi. 2011. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Diva Press. Yogyakarta.
- Singgih Santoso. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo Gramedia. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan, Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: UPP STM YKPN
- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Cetakan kesembilanbelas. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Dinawan, Rhendria. 2010. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Thesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Resty. 2013. *Strategi Promosi, Kualitas produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado*. *Jurnal Emba* (Vol.1 No.4) Hal.14651473. Fakultas Ekonomi Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulagi Manado.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kaus-Kaus Pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publising Service. Hurriyati, Ratih. 2012. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta CV
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Luthfia, Widha Emil. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Coffeshop Kofisyop tembalang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Mardikawati, Woro & Naili Farida. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisien (Studi Po Efisien Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol.2 No.1). Jurusan Administrasi Bisnis Fisip Universitas Diponegoro. Semarang
- Nembah F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ratnasari, Tri Ririn dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Managemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia Sabran, Bob. 2012. *Managemen Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga.
- Rowiyani., Yulia, Yosephine Angelina. (2020). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Minimarket Indomart Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. *Bhirawa: Jurnal of Marketing and Commerce* Vol 5, No. 01.
- Saidani, Basrah. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Managemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1. 2012.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset