



## Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Oxyco Café Solobaru*

Damar Putranto<sup>1</sup>, Indra Hastuti<sup>2</sup>, Esti Dwi Rahmawati<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Mangunsarkoro No. 20 Nusukan Kecamatan. Banjarsari, Solo, Indonesia

Korespondensi penulis: [damarputranto005@gmail.com](mailto:damarputranto005@gmail.com)

**Abstract.** *The research entitled "Quality of Service, Product Quality and Price Influence on Customer Satisfaction at Oxyco Café Solobaru" aims to find out how customer satisfaction is influenced by the quality of service, product quality, and price. The quantitative and associative methods used in this study are double linear regression. The study of the relationship between two or more variables is considered an association. Because the population of the study is unknown, sampling was conducted using a non-opportunity method. Heir et al. method for measuring samples Research results show that customer satisfaction is significantly influenced by the quality of service, product quality, and price. In addition, service quality variables, product quality, and price are also significantly influenced by dependent variables.*

**Keywords:** *Quality of Service, Quality of Product, Price, Customers Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian dengan judul "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru" bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan Oxyco Café dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Metode kuantitatif dan asosiatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Studi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih dianggap sebagai asosiasi. Karena populasi penelitian tidak diketahui, pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode pengambilan sampel yang tidak berpeluang. Metode Heir et al. untuk mengukur sampel Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Selain itu, variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga juga dipengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha dan bisnis berkembang pesat, terutama di sektor kuliner. Bisnis kuliner menjadi favorit banyak orang, dengan kafe sebagai salah satu yang paling diminati. Dalam tiga tahun terakhir, jumlah kedai kopi atau kafe di Indonesia meningkat pesat, mencapai lebih dari 2.950 gerai. Angka ini hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016 yang hanya memiliki sekitar 1.000 gerai (*Toffin Indonesia Merilis Riset "2020 Brewing Indonesia,"* 2020). Pertumbuhan kedai kopi di solo berkembang dengan pesat hal ini dapat ditandai dengan terdapatnya sekitar 400 kedai kopi yang tersebar di soloraya (Kumparan, 2022). Persaingan di bisnis warung kopi saat ini semakin ketat karena banyaknya kafe yang muncul dengan keunggulan unik dalam produk dan layanan mereka.

Penelitian pada Geprek Benu Rawamangun adalah untuk menentukan dampak kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan pada loyalitas dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Sedangkan, Penelitian di Restoran Kopilao Puncak Bogor menemukan bahwa ada hubungan

yang kuat dan positif antara kualitas produk dan kepuasan konsumen (Gunawan & Azhar, 2020).

Oxyco *café* merupakan kafe yang beralamat di Soba Bisnis Square Ruko Narendra JD-23 Solo Baru, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah yang merupakan Kawasan industry bisnis dan kuliner. Jam operasional Oxyco dimulai pukul 07.30 s/d 22.00 WIB. Kafe ini berkonsep *healthy lifestyle* yang mempertalikan para pelanggan dengan menu-menu Oxyco dan menjadikan Oxyco komunitas bagi para pelanggannya. Oxyco memiliki jumlah pengunjung sekitar kurang lebih 100 - 160 pengunjung setiap harinya. Pendapatan Oxyco sekitar 4 juta – 10 juta perhari, hal ini di hitung dari pendapatan paling sedikit sampai tertinggi. Berikut adalah gambaran suasana waktu saat sepi dan saat ramai pada kafe Oxyco. Oxyco menjual berbagai macam produk makanan dan minuman dengan bahan yang semuanya *homemade* agar tetap terjaga kualitasnya dengan harga yang terjangkau. Produk yang ditawarkan yaitu minuman (susu, teh, kopi dan kombucha) dan makanan (*breakfreast, salad, toast, pastry, rice bowl, pizza, snack*) yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan bagi para pelanggannya. Untuk mendukung hal tersebut diperlukan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai agar mendapat kepuasan pelanggan. Tingkat kesesuaian antara apa yang diharapkan pelanggan dari pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau perusahaan dengan apa yang sebenarnya mereka terima dikenal sebagai kualitas pelayanan (Tjiptono & Chandra, 2016). Kualitas produk merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dan merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing produk. Tujuannya adalah untuk memberi kepuasan pelanggan dengan kualitas produk yang melebihi atau hampir sama dengan produk pesaing (Santoso, 2019). Salah satu komponen fleksibel dari paket pemasaran adalah harga, yang dapat berubah secara tepat (Rullyanto & Eko Yulianto, 2021). Kepuasan Pelanggan adalah penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Pengaruh positif dan harapan yang tidak dikonfirmasi dengan baik (lebih baik dari yang diharapkan) mendorong kepuasan (kotler & keller, 2013).

Penelitian di Geprek Benu Rawamangun pada variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, Penelitian di Restoran Kopilao Puncak Bogor menemukan bahwa ada hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Oxyco *Café* dengan mengambil judul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco *Café* Solobaru”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh

kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Oxyco Café* Solobaru.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Dalam pembuatan proposal ini ada beberapa tinjauan judul skripsi yang dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain:

Penelitian Abdul (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT Indosteger Jaya. Penelitian ini memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian Santoso (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di Geprek Benu Rawamangun. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa meskipun kualitas produk tidak memengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Harga memengaruhi kepuasan pelanggan; kualitas produk tidak memengaruhi loyalitas pelanggan; kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan; dan harga memengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan; kualitas produk tidak memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan; dan kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian Christono (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Zigot Mediatama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan.

Penelitian Rooroh et al. (2020) bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana café, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Café Casa De Waena* di Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana *café*, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, ketiga factor tersebut juga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Susanti (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan di *Coffee RR* Pekanbaru. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memengaruhi kepuasan pelanggan, dan secara

bersamaan, variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee RR Pekanbaru.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik regresi linear berganda. Asosiatif adalah penelitian yang berfokus pada bagaimana dua variabel atau lebih berhubungan satu sama lain. Penelitian kuantitatif merupakan angka atau bilangan yang sudah pasti sehingga dapat dirangkai dan juga memudahkan dalam membaca, serta mempermudah peneliti untuk membuat sebuah pemahaman (Sugiyono, 2021).

#### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti (Sarwono, 2006). Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen dari Oxyco Café. Untuk mempermudah mengumpulkan data maka peneliti menggunakan sampel. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri atau keadaan tertentu yang representatif (Syahroni, 2022). Penelitian ini menggunakan Teknik *Nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak setiap unsur populasi dapat dipilih menjadi sampel. Perhitungan sampel menggunakan rumus hair at all, rumus ini digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator (Hair et al., 2013). Perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:  $(n) = \text{jumlah indikator} \times 5 \text{ hingga } 10, (= 5 \text{ (kualitas pelayanan)} + 6 \text{ (kualitas produk)} + 4 \text{ (harga)} + 4 \text{ (kepuasan pelanggan)} \times 5) = 19 \times 5 = 95$

Berdasarkan hasil di atas diperoleh responden sebanyak 95 responden dengan pembulatan yaitu 100 responden.

#### Sumber Data

data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

##### Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung baik melalui penyebaran kuisioner atau wawancara (Cooper & Schindler, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Oxyco café melalui tiga metode yaitu: kuisioner, wawancara, observasi.

##### Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung (Cooper & Schindler, 2017). Data sekunder dari penelitian diperoleh dari media social, penelitian terdahulu dan situs web, buku, artikel, jurnal yang relevan.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program IBM SPSS 25. Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Aplikasinya mencakup penggunaan metode ini dalam berbagai bidang untuk menganalisis data yang melibatkan banyak variabel.

### **Pengujian validitas**

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa sah atau valid suatu alat (Arikunto, 2002). Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini menggunakan metode analisis factor nilai loading faktor untuk setiap indicator konstruk dapat digunakan untuk menguji validitas program IBM SPSS 25. Syarat umum untuk uji validitas adalah nilai loading faktor harus lebih dari 0,60 (Ghozali & Imam, 2018).

### **Pengujian Reabilitas**

Pengukuran reliabilitas bertujuan untuk mengetahui derajat kehandalan suatu alat. Reliabilitas merupakan pengertian bahwa suatu perangkat cukup untuk digunakan sebagai perangkat pengumpul data. Uji realibilitas pada penelitian ini adalah Alpha cronbach dengan rumus:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha cronbach, K= jumlah item pertanyaan yang diuji  $\sum S_x^2 =$  jumlah varians skor,  $SX^2 =$  varians skor-skor tes (seluruh item K). Jika nilai alpha > 0,7 artinya realibilitas mencukupi (suffcient reliability) sementara jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dans eluruh tessecara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat (Ghozali & Imam, 2018).

### **Uji Normalitas**

Normalitas menguji apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Uji normalitas regresi dapat menggunakan beberapa metode seperti metode Kolmogorov-Smirnov Z untuk menguji data setiap variabel yang menjadi dasar penentuan uji normalitas ini. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi

normal, namun jika nilainya kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali & Imam, 2018).

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah metode regresi yang menggunakan satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel: variabel bebas (independen), yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, terhadap variabel terikat (dependen), yaitu kepuasan pelanggan. Sebagai hasilnya, persamaan berikut dibentuk:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan Pelanggan, X1 = Kualitas Pelayanan, X2 = Kualitas Produk, a = Konstanta, b = Koefisien Regresi, e = Error / tingkat kesalahan yang di tolerir

### **Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F sesuai tabel, maka berlaku hipotesis alternatif seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (Ghozali & Imam, 2018). Untuk menentukan F tabel dapat dilakukan dengan cara  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = n-k$ .

Keterangan: K = jumlah variabel, N = jumlah responden

### **Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Jika nilai probabilitas t lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya jika nilai probabilitas atau signifikansi t lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penulis pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji F, dan uji t. uji tersebut digunakan untuk menguji hipotesis dan diajukan oleh peneliti. Jawaban ini dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar

secara langsung kepada pelanggan Oxyco *Café* sejumlah 100 sampel, terdiri dari 18 pertanyaan untuk variabel (X) dan 4 pertanyaan untuk variabel (Y).

### Uji Validitas

Berikut merupakan hasil uji validitas pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Nilai r		Nilai.sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	X1.1	0,658	0,196	0.000	VALID
2	X1.2	0,568	0,196	0.000	VALID
3	X1.3	0,593	0,196	0.000	VALID
4	X1.4	0,567	0,196	0.000	VALID
5	X1.5	0,486	0,196	0.000	VALID
6	X1.6	0,604	0,196	0.000	VALID
7	X1.7	0,632	0,196	0.000	VALID

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2024*

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No	Variabel	Nilai r		Nilai.sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	X2.1	0,652	0,196	0.000	VALID
2	X2.2	0,718	0,196	0.000	VALID
3	X2.3	0,593	0,196	0.000	VALID
4	X2.4	0,593	0,196	0.000	VALID
5	X2.5	0,572	0,196	0.000	VALID
6	X2.6	0,599	0,196	0.000	VALID
7	X2.7	0,660	0,196	0.000	VALID

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2024*

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Harga

No	Variabel	Nilai r		Nilai.sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	X3.1	0,675	0,196	0.000	VALID
2	X3.2	0,658	0,196	0.000	VALID
3	X3.3	0,691	0,196	0.000	VALID
4	X3.4	0,744	0,196	0.000	VALID

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2024*

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Nilai r		Nilai.sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	Y.1	0,726	0,196	0.000	VALID
2	Y.2	0,603	0,196	0.000	VALID
3	Y.3	0,802	0,196	0.000	VALID
4	Y.4	0,687	0,196	0.000	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada tabel di atas merupakan hasil validitas variable Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada penelitian ini memiliki r hitung lebih besar dari r tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $n = 100$  ( $n = 100 - 2$ ) maka diperoleh r tabel sebesar 0,196. Maka dapat dilihat r hasil dari masing – masing item lebih besar dari 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada penelitian ini dinyatakan valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian dan pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur apa yang mestinya diukur.

### Uji Rabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel Ketika memberikan Cronbach alpha lebih besar dari 0,60 (Cronbach alpha  $> 0,60$ ) (Ghozali & Imam, 2018). Hasil pengujian reabilitas untuk masing – masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Pengujian Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
	Variabel X		
1	Kualitas Pelayanan	0,737	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,751	Reliabel
3	Harga	0,774	Reliabel
	Variabel Y		
1	Kepuasan Pelanggan	0,780	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada table 5 diatas hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa semua variabel X (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga) dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) mempunyai

koefisien Alpha yang cukup besar yaitu lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan pengukuran tersebut reliabel dan dapat variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

### Uji Normalitas

Uji normalitas regresi dapat menggunakan beberapa metode seperti metode Kolmogorov-Smirnov Z untuk menguji data setiap variabel yang menjadi dasar penentuan uji normalitas ini. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal, namun jika nilainya kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali & Imam, 2018). Pada penelitian ini hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07368798
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.065
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Bedasarkan hasil uji normalitas pada tabel 6 diketahui mempunyai nilai sig 0,073 > 0,05 maka dapat diartikan bahwa nilai residual pada penelitian ini terdistribusi normal.

### Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel – variabel bebas (independen) yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, terhadap variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan pelanggan, sehingga dibentuk persamaan berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ , keterangan: Y = Kepuasan

Pelanggan, X1 = Kualitas Pelayanan, X2 = Kualitas Produk, X3 = Harga, a = Konstanta, b = Koefisien Regresi, e = Error / tingkat kesalahan yang di tolerir.

Berikut hasil uji regresi linear berganda pada tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.078	1.609		-.048	.962
	Kualitas Pelayanan (X1)	.287	.071	.388	4.066	.000
	Kualitas Produk (X2)	.180	.069	.274	2.612	.010
	Harga (X3)	.190	.087	.201	2.182	.032

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada hasil uji tabel 7 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -0,078 + 0,388X_1 + 0,274X_2 + 0,201X_3 + e$$

- a) a = Nilai konstanta bernilai negative sebesar - 0,078 menunjukkan bahwa jika variabel X (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga) bernilai 0 (nol) maka variabel kepuasan pelanggan terjadi penurunan sebesar - 0,078. Konstanta negatif tidaklah terjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model regresi sudah memenuhi asumsi, selama nilai slope tidak 0 (nol), maka tidak perlu memperdulikan konstanta negatif (Nurhidayati & Kartika, 2018).
- b) b1 = Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,388 artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru. Setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan pelanggan Oxyco Café akan meningkat sebesar 0,388, dengan asumsi variabel kualitas produk dan harga tetap.
- c) b2 = Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,274 artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru. Setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas produk sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan pelanggan Oxyco Café akan meningkat sebesar 0,274, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan harga tetap.

- d)  $b_3$  = Nilai koefisien regresi variabel Harga (X3) sebesar 0,201 artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru. Setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas produk sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan pelanggan Oxyco Café akan meningkat sebesar 0,201, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk tetap.

### Uji Kelayakan Model (F)

Untuk menentukan F tabel dapat dilakukan dengan cara  $df_1 = k - 1 = 3$  dan  $df_2 = n - k = 100 - 4 = 96$ , maka F tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,69 dengan tingkat alpha 0,05. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pada tabel 4.19 hasil uji F dibawah ini:

Tabel 8 Hasil Uji Kelayakan Model (F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.912	3	53.304	44.837	.000 <sup>b</sup>
	Residual	114.128	96	1.189		
	Total	274.040	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2)						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada hasil table 8 diatas dapat diketahui hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS maka diperoleh sig. sebesar 0.000 dengan F hitung 44.837 dan F tabel 2,69 ( $44.837 > 2,69$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan, Kualitas Produk, dan harga) secara simutan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Oxyco Café Solobaru.

### Uji Parsial (t)

Untuk menentukan t tabel dapat dilakukan dengan cara  $df = n - k = 100 - 4 = 96$  dan taraf alpha 0,05 adalah sebesar 1,661. Berikut merupakan hasil uji secara parsial pada table 9:

Tabel 9 Hasil Uji secara Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.078	1.609		-.048	.962
	Kualitas Pelayanan (X1)	.287	.071	.388	4.066	.000
	Kualitas Produk (X2)	.180	.069	.274	2.612	.010
	Harga (X3)	.190	.087	.201	2.182	.032
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada tabel 9 diatas diperoleh dari pengolahan data menggunakan SPSS, hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat dibawah ini:

**a) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 (< 0,05) dan nilai t hitung sebesar 4,066, t tabel sebesar 1,661 (4,066 > 1,661). Dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

**b) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai sig. sebesar 0,010 (<0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,612 (>1,661). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

**c) Pengaruh Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada variabel Harga menunjukkan nilai sig. sebesar 0,032 (<0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,182 (>1,661). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oxyco *Café* Solobaru artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oxyco *Café* memiliki fasilitas yang baik yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan seperti tempat duduk yang nyaman, meja, tempat produk yang bagus, tampilan, ruangan yang dingin, TV. Oxyco juga memiliki karyawan yang mampu merespon pelanggan dengan baik seperti cepat tanggap, mampu memberikan solusi dari masalah pelanggan. Hal ini sejalan dengan Penelitian Susanti (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di *Coffee* RR Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan diatas mengenai kualitas produk, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya setiap peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dapat dibuktikan dengan Oxyco memiliki visual produk (gambar *latte* yang bagus, *plating* makanan yang elegan) yang dapat menarik mata, memiliki aroma dan rasa yang enak. Hal ini sejalan dengan penelitian Gunawan & Azhar (2020) yang berjudul “Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada restoran Kopilao Puncak Bogor” dengan hasil hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan sangat kuat dan positif artinya semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oxyco *Café* Solobaru artinya penentuan harga yang tepat terhadap produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dapat dibuktikan dengan harga di Oxyco sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, harga sesuai dengan manfaat yang diberikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Susanti, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di *Coffee* RR Pekanbaru” dengan hasil terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *Coffee* RR Pekanbaru.

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan uji kelayakan model (F) menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) artinya setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dapat dibuktikan dengan fasilitas yang baik, mampu merespon pelanggan dengan baik, memiliki visual yang bagus, cita rasa dan aroma yang enak, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diberikan sehingga pelanggan yang merasa puas akan membeli produk yang sama dan merekomendasikan kepada teman atau kerabat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayunani et al. (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” dengan hasil variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai “**Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru**”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru, Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru, Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco Café Solobaru, Variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) pada Oxyco Café Solobaru.

##### **Saran**

Penelitian ini sangat baik untuk diteliti, apabila tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, penulis menyarankan untuk meneliti variabel lainnya yang tidak dapat peneliti sampaikan pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Oxyco café merupakan tempat yang bagus untuk dikunjungi, dengan suasana yang nyaman. Oxyco juga banyak pengunjung dari WNA tetapi hanya sebagian saja karyawan yang dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar ketika berbicara dengan bahasa asing, untuk itu penulis menyarankan untuk memberikan pelatihan tentang komunikasi dengan bahasa asing,

agar bisa berkomunikasi dengan baik menggunakan bahasa asing untuk meningkatkan SDM dan memajukan Oxyco.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun Laporan Jurnal ini berjudul Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Oxyco *Café* Solobaru.

Penulis menyadari bahwa Jurnal ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Orang Tua Penulis yang bernama Alm. Tri Joko Purwono dan Susy Ratnawaty yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasehat dan semuanya
2. Bapak Dr. H. Singgih Purnomo, MM. Selaku Rektor Universitas Duta Bangsa Surakarta
3. Ibu Indra Hastuti, SE., M.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Universitas Duta Bangsa Surakarta dan selaku Pembimbing 1 yang baik dan tulus dalam membimbing
4. Bapak Agus Suyatno S.Pd., M.M Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen
5. Ibu Esti Dwi Rahmawati, S.E., M.M selaku Pembimbing 2 yang baik dan tulus dalam membimbing
6. Bapak Mosera Ajie Hermawan selaku Manajer Oxyco *Café* Solobaru yang selalu memberikan dukungan
7. Kakak dan adik yang selalu memberikan doa dan dukungan

Semoga Laporan ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya dan bila ada kekurangan mohon maaf.

## DAFTAR REFERENSI

- Toffin Indonesia. (2020). Toffin Indonesia merilis riset “2020 brewing Indonesia”.  
<https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-ri-set-2020-brewing-in-indonesia>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction (Edisi ke-4). Andi Publisher.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *Jurnal Pendidikan*, 2(3), 43–56.

- Susanti, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Coffe RR Pekanbaru. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 95. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Ed.3). Alfabeta.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*. Graha Ilmu.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Rullyanto, R., & Yulianto, E. A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Daihatsu Cabang Pecindilan Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(8), 1–2.
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Nurhidayati, Y., & Kartika. (2018). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Fish Streat Cabang Tebet. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), 69–75. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/2918>
- Kumparan. (2022). Ada 3.000 kedai kopi di seluruh Yogya, terpadat di Indonesia. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAlgDYG>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Ilmiah*, 6, 60–72.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro. <https://elit.itelkom-sby.ac.id/opac/detail-opac?id=1641>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode penelitian bisnis* (Edisi ke-12). Salemba Empat. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1186843>
- Christono, A. B. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *F Economics & Business*, 8(1), 1–17.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Journal of Communication Education*, 15(1), 290–299. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan pratek*. PT Rineka Cipta.
- Abdul, G. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.