

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFÉ TARANTULA BARAK DI SURABAYA

Sheilla Fitriana Anggun Prabantari

sheillafitriana92@gmail.com

Tri Yuniati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of price (HRG), service quality (KPL), and product quality (KPR) on the customers' satisfaction (KP) at Tarantula Barak cafe, Surabaya. The research was causal-comparative with a quantitative approach and with the acquisition of primary data. Moreover, the population was customers who had visited Tarantula Barak cafe, Surabaya. The data collection technique used non-probability sampling and the sampling technique used saturated sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 23. The result concluded that price (HRG) had a significantly positive effect on the customers' satisfaction (KP) at Tarantula Barak cafe, Surabaya. Likewise, service quality (KPL) had a significantly positive effect on the customers' satisfaction (KP) at Tarantula Barak cafe, Surabaya. Similarly, product quality (KPL) had a significantly positive effect on the customers' satisfaction (KP) at Tarantula Barak cafe, Surabaya.

Keywords: Price, KPL, KPR, Customers' Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan dalam menguji pengaruh harga (HRG), kualitas layanan (KPL), dan kualitas produk (KPR) terhadap kepuasan pelanggan (KP) pada café Tarantula Barak di Surabaya. Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat kausal komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan dengan perolehan data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang telah berkunjung di café Tarantula Barak Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan jenis metode *accidental sampling*. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang perhitungan dibantu dengan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (HRG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP) pada café Tarantula Barak, kualitas layanan (KPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP) pada café Tarantula Barak, dan kualitas produk (KPR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP) pada café Tarantula Barak di Surabaya.

Kata Kunci: HRG, KPL, KPR, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami banyak perubahan, salah satunya pada industri makanan dan minuman yang menjadikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk mengubah bisnisnya menjadi lebih *modern*, perubahan ini ditimbulkan karena adanya gaya hidup baru masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman. Kebiasaan masyarakat dalam berkumpul dan nongkrong di kafe menjadi suatu kebutuhan tersendiri bagi kalangan milenial saat ini. Penikmat kopi di kota Surabaya terbilang sangat banyak, karena hampir seluruh kalangan masyarakat seperti pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran yang menjadikan café sebagai tempat untuk berkumpul dan bersantai. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya (diakses pada tanggal 30 November 2022) jumlah cafe yang terdaftar di kota Surabaya mencapai 175. Banyaknya café yang berada di kota Surabaya menjadikan ketatnya persaingan pada para pelaku bisnis yang mendorong pemilik Cafe untuk memutar otak dalam mendapatkan perhatian serta minat konsumen yang mengunjunginya. Dampak adanya persaingan kafe di Surabaya dapat dirasakan dengan berkurangnya jumlah pelanggan yang disebabkan tidak adanya keunikan dan ciri khas yang dimiliki oleh café tersebut namun

justru di miliki oleh pesaingnya, seperti halnya café Tarantula Barak yang ada di Surabaya. Café ini memiliki konsep *hype* dan *cozy* yang menjadikan tempat yang unik dan menarik serta enak untuk dijadikan tempat berkumpul bersama teman ataupun keluarga. Café Tarantula Barak ini didirikan pada bulan Maret tahun 2021 yang berlokasi di Jl. Kedung Sroko No.135, Pacar Kembang, Surabaya. Penjualan di café ini dirasakan dengan banyaknya minat konsumen yang mengunjungi café tersebut setiap harinya. Terlihat beberapa data penjualan café Tarantula Barak pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Data Penjualan Café Tarantula Barak Tahun 2021-2022

No	Bulan	Penjualan	
		2021	2022
1	Januari	-	Rp 41.679.400
2	Februari	-	Rp 27.962.000
3	Maret	-	Rp 47.465.900
4	April	Rp 22.234.490	Rp 30.361.000
5	Mei	Rp 34.230.600	Rp 55.136.100
6	Juni	Rp 30.639.000	Rp 56.416.100
7	Juli	Rp 3.742.800	Rp 50.065.000
8	Agustus	Rp 16.144.400	Rp 51.895.900
9	September	Rp 27.980.000	Rp 63.128.600
10	Oktober	Rp 41.665.000	Rp 48.719.700
11	November	Rp 36.325.000	Rp 59.522.450
12	Desember	Rp 45.528.000	Rp 63.367.000
	Total	Rp 258.489.290	Rp 595.719.150

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa penjualan pada café Tarantula Barak tahun 2021-2022 mengalami fluktuasi. Dilihat dari perhitungan menggunakan rumus *Trend Linier* yang menjelaskan bahwa penjualan cenderung mengalami kenaikan sebanyak Rp 2.097.561/bulan, namun dilihat dari peramalan tersebut peningkatan ini tidak dapat dicapai apabila café tersebut tidak memperhatikan harga, kualitas layanan, dan kualitas produk. Pencapaian peningkatan dari peramalan yang dilakukan café Tarantula Barak ini perlu memperhatikan faktor dari peningkatan peramalan yang akan terjadi sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya. Apabila kafe Tarantula Barak memiliki keunggulan dalam bersaing dengan *coffee shop* lain, maka kondisi seperti ini dapat membuat pelanggan melakukan pembelian ulang, sehingga pelanggan merasa puas akan produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh café Tarantula Barak.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas ataupun kecewa dalam diri seseorang yang dihasilkan dari suatu perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (Irawan, 2021:54). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang besar bagi pelaku bisnis terutama pada café Tarantula Barak. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi café Tarantula Barak untuk meningkatkan penjualan. Apabila pelanggan merasa tidak puas tentunya pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang pada café Tarantula Barak, kondisi seperti ini yang dapat menjadi ancaman bagi café tersebut. Cara agar penjualan pada café bisa mengalami kenaikan secara terus menerus dan mendapatkan kepuasan dari pelanggannya, maka café Tarantula Barak harus mengembangkan strategi pemasarannya lagi dengan memberikan harga yang cukup bersaing, meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanannya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain yaitu harga, kualitas layanan, dan kualitas produk.

Harga selalu berkaitan dengan kualitas dan kepuasan yang didapat oleh konsumen. Banyak kalangan masyarakat yang menyukai harga lebih murah dengan mempertimbangkan kualitas produk dan jasa yang baik, hal ini berpengaruh terhadap kepuasan yang didapatkan konsumen dalam minat beli pada café Tarantula Barak. Café ini memiliki pangsa pasar yang dapat dijangkau di seluruh kalangan masyarakat, dengan mematok harga mulai dari Rp.15.000 – Rp. 30.000. Apabila harga yang ditetapkan bersahabat bagi konsumen, maka minat beli terhadap makanan dan minuman di café tersebut akan terus meningkat. Dalam deskripsi jurnal sebelumnya Ilmi (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indra (2019) menyatakan bahwa harga dikatakan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang mencerminkan tingkat kesuksesan bagi para pelaku bisnis, sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Lovelock *et al* (2010:154) kualitas layanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi keuntungan pembisnis karena dianggap telah konsisten dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pembiasaan sistem pelayanan yang diberikan café Tarantula Barak kepada pelanggan terbagi menjadi dua yaitu pelayanan langsung dengan berinteraksi kepada pelanggan dan pelayanan tidak langsung seperti menyediakan fasilitas pendukung lainnya. Dalam deskripsi jurnal terdahulu Ilmi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Ibrahim dan Thawil (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan upaya yang dilakukan untuk memenuhi harapan pelanggan dalam menentukan keunggulan suatu produk yang akan diperjualkan. Menurut Ilmi (2021) kualitas produk menjadikan faktor utama dalam pertimbangan pelanggan terhadap kepuasan yang didapat. Keunggulan produk yang dimiliki café Tarantula Barak didapat pada bahan baku yang berkualitas, sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan, seperti menu favorite pelanggan di café ini yaitu minuman *stanilla coffee* dan *cookies n cream*. Dalam deskripsi jurnal sebelumnya Susanti dan Jasmani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Izzuddin dan Muhsin (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut: (1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak di Surabaya? (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak? (3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak?. Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak di Surabaya, (2) Untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak di Surabaya, (3) Untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Tarantula Barak di Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang ataupun kecewa dalam diri seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil dari suatu produk yang dipikirkan

terhadap hasil yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2018:138). Kepuasan pelanggan menjadi konsep yang penting dalam manajemen bisnis dikarenakan pelanggan akan mengharapkan produk yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam dilakukannya transaksi jual beli sangat beragam diantaranya yaitu kualitas produk, harga, biaya, kualitas pelayanan, serta emosional.

Harga

Harga dapat diartikan sebagai jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan oleh konsumen atas manfaat-manfaat dalam menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2016:145). Sebagai pelanggan perlu membandingkan harga produk yang dijual oleh perusahaan yang satu dengan lainnya. Harga yang dapat bersaing akan mempengaruhi kepuasan yang didapat oleh pelanggan. Tujuan dari penetapan harga selain untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang maksimal yang di dapat juga menjadi kemampuan untuk bertahan hidup (*survival*), menjadi pangsa pasar maksimum, menjadikan kepemimpinan kualitas produk (*Product-Quality Leadership*). Namun dalam penentuan harga juga perlu memperhatikan faktor lain yang ditimbulkan diantaranya yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam memaksimalkan subjek penawaran karena pelanggan saat ini lebih mengetahui tingkat layanan yang mereka dapat dan menyebabkan perusahaan memberikan minat pada tingkat pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan menjadikan tingkat pada suatu keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan guna memenuhi keinginan pelanggannya (Tjiptono, 2016:59). Adanya kualitas pelayanan yang baik perlu dilakukannya strategi yang harus dicapai diantaranya yaitu mengidentifikasi determinan utama pada kualitas pelayanan, mengelola ekspektasi pelanggan, mengelola bukti kualitas layanan, membidik konsumen tentang layanan, menumbuhkan budaya kualitas, menciptakan *automating quality*, menindak lanjuti layanan, mengembangkan sistem informasi kualitas layanan.

Kualitas Produk

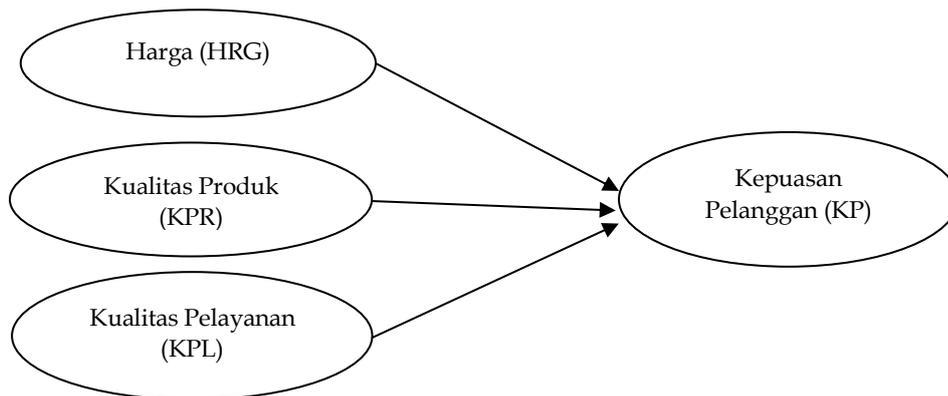
Kualitas produk menjadi suatu karakter yang menggambarkan produk dengan tujuan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Ernawati (2019) kualitas produk menjadikan suatu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk, karena semakin baik kualitas produk maka dapat meningkatkan minat konsumen dalam keinginan untuk membeli suatu produk. Karakteristik pada suatu produk dapat meningkatkan kemampuannya dalam hal memuaskan kebutuhan pelanggan dengan menjual sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan dan memperoleh perhatian, digunakan atau dikonsumsi, serta dibeli untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Indikator yang dimiliki oleh kualitas produk diantaranya yaitu keandalan (*reliability*), kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), keistimewaan (*Features*), desain, dan konsisten.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai pertimbangan, yang dilakukan oleh: (1) Ilmi (2021) diperoleh hasil kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Indra (2019) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Ibrahim dan Thawil (2019) diperoleh hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan,

sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Susanti dan Jasmani (2019) diperoleh hasil kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) Izzuddin dan Muhsin (2020) diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rerangka Konseptual



Sumber: Data yang diolah peneliti

Gambar 1

Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan salah satu elemen yang sangat bernilai dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan (Kotler dan Keller, 2009:67). Pelanggan akan melihat dari kualitas yang sama dengan harga yang *relative* lebih murah, karena membuat pelanggan akan memberikan nilai yang tinggi bagi perusahaan, hal tersebut akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Harga yang *relavite* murah dan dapat bersaing dengan perusahaan lain akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang dan mendapat kepuasan dari produk yang dibelinya. Penelitian yang dilakukan oleh Ilmi (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₁: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada café Tarantula Barak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dapat menjadi pendorong untuk peningkatan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014:268). Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka kepuasan pelanggan akan menurun. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangatlah penting dan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kualitas yang baik berdasar pada persepsi pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Susanti dan Jasmani (2019), dan Izzuddin dan Muhsin (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Tarantula Barak.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan pada produk dalam melaksanakan fungsinya untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:72) karakteristik suatu produk atau jasa bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Mencapai kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen, perusahaan memerlukan standarisasi kualitas untuk menjaga produk yang dihasilkan agar dapat memenuhi standar yang ditetapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Ilmi (2021), Ibrahim dan Thawil (2019), dan Susanti dan Jasmani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₃ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Tarantula Barak.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *causal comparative research*, dimana peneliti melihat karakteristik masalah yang berhubungan dengan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex postfacto* yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi, kemudian menuntut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut (Sugiyono, 2019:7). Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini yaitu konsumen café Tarantula Barak yang berada di Surabaya dengan jumlah yang cukup besar dan tidak dapat diketahui seberapa banyak jumlahnya (*infinite*), yang dilakukan dengan cara pembagian kuesioner agar peneliti dapat mengetahui hasilnya.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode *non probability sampling* digunakan peneliti dalam teknik pengambilan sampel yang akan dilakukan. Menurut Sugiyono (2019:67) *Non probability Sampling* sendiri menjadikan anggota populasi yang dipilih membentuk sampel dengan tidak memberikan kesempatan dan peluang yang sama. Jenis penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* yaitu dengan cara mengambil responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti untuk dijadikan sampel sebagai sumber data, dimana dalam pengambilan sampel memilih responden (konsumen) secara langsung yang berada di café Tarantula Barak.

Penentuan Jumlah Sampel

Rumus Lamesshow digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini. Menurut Arikunto (2010:73) rumus Lamesshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z^2 \cdot p \cdot q)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = harga standar normal, $Z_{\alpha/2}$ (1,976)

p = estimator proporsi populasi (0,5)

q = 1-p

d = interval atau penyimpangan (0,10)

Dapat diketahui banyaknya sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976)^2 \cdot (0,5) \cdot (1-0,5)}{(0,10)^2} = 97,61$$

Berdasarkan penentuan sampel tersebut di dapatkan sebanyak 97,61 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah peneliti dalam mengolah data serta memperoleh hasil yang lebih baik.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis data subjektif yang mana data penelitian berdasarkan sikap, opini, kelompok orang atau pengalaman individu yang menjadikan subyek dalam penelitian serta menggunakan alat bantu melalui penyebaran kuesioner pada konsumen café Tarantula Barak. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana data tersebut secara langsung diperoleh dari responden. Pada penelitian ini menggunakan pengukuran skala *likert*, yang mengharapkan responden dapat menunjukkan tingkat suatu persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan mengenai penelitian variabel yang ditetapkan secara spesifik, sehingga setiap pilihan jawaban akan diberikan skor. Terdapat tingkat kategori nilai yang relatif dari skala *likert* diantaranya yaitu nilai interval $4,20 < - \leq 5,00$ kategori sangat setuju (SS) dengan nilai yang diberi 5, nilai interval $3,40 < - \leq 4,20$ kategori setuju (S) dengan nilai yang diberi 4, nilai interval $2,60 < - \leq 3,40$ kategori cukup setuju (CS) dengan nilai yang diberi 3, nilai interval $1,80 < - \leq 2,60$ kategori tidak setuju (TS) dengan nilai yang diberi 2, dan nilai interval $1,00 < - \leq 1,80$ kategori sangat tidak setuju (STS) dengan nilai yang diberi 1.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai suatu kegiatan atau objek penelitian yang ditetapkan untuk mendapatkan suatu informasi kemudian akan ditarik suatu kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen yang terdiri dari harga (HRG), kualitas pelayanan (KPL), dan kualitas produk (KPR) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (KP).

Definisi Operasional Variabel

1. Harga (HRG)

Harga menggambarkan suatu pertimbangan penting yang ditawarkan oleh café Tarantula Barak karena pelanggan memberikan pengaruh *value added* bagi bisnis yang dijalankan. Harga yang diberikan oleh café Tarantula Barak sesuai dengan pangsa pasar yang akan mereka tuju dan dapat dijangkau bagi seluruh kalangan usia.

2. Kualitas Pelayanan (KPL)

Kualitas pelayanan menjelaskan tingkatan keunggulan yang diharapkan atas pengendalian dari tingkat keunggulan tersebut dalam pemenuhan ekspektasi atau keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi harapan serta ekspektasi yang diinginkan dari pihak pelanggan dalam memenuhi kepuasan pelanggan yang didapat. Kualitas pelayanan yang dipertahankan oleh café Tarantula Barak, senantiasa berusaha memberikan penyajian makanan dan minuman yang fresh, cepat, dan bersih untuk disajikan kepada pelanggan mereka dengan tujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan serta kepuasan yang di dapat oleh pelanggan.

3. Kualitas Produk (KPR)

Kualitas produk yang diberikan café Tarantula Barak menjadi pertimbangan dalam kelangsungan aktivitas operasional café dengan memberikan hasil dari kualitas secara optimal. Karakteristik kualitas produk mendefinisikan kemampuan produk dalam memberikan hasil yang sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh

karena itu, variabel ini merupakan faktor yang penting dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan di café Tarantula Barak.

4. Kepuasan Pelanggan (KP)

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat kinerja yang dirasa dari suatu produk sesuai dengan harapan atau ekspektasi dari pelanggan. Hal ini, perlu dilakukan evaluasi dan pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, dalam mengukur kepuasan pelanggan yang dilakukan café Tarantula Barak Surabaya adalah konfirmasi harapan, kepuasan pelanggan keseluruhan, kesediaan merekomendasi, ketidakpuasan pelanggan serta nilai beli ulang.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, serta menggunakan pengelolaan dengan bantuan program perangkat lunak atau SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 23.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu teknik yang digunakan untuk mendeskripsikan data atau hasil pengamatan yang dilakukan agar data yang diberikan mudah dipahami, serta statistik deskriptif juga digunakan untuk mendeskriptifkan suatu objek atau setiap variabel yang akan diteliti dengan menjelaskan mean, nilai maksimum, dan minimum.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Santoso (2011:277) menyatakan bahwa terdapat dasar sebagai pengambilan keputusan membandingkan nilai *Sig (2-tailed)* dengan probabilitas 0,05, yaitu: (1) Jika nilai *Sig (2-tailed)* \leq 0,05 dan *Person Correlation* memiliki nilai positif, maka item soal angket tersebut valid. (2) Jika nilai *Sig (2-tailed)* $>$ 0,05 dan *Person Correlation* memiliki nilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011:42). Untuk menguji reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Dasar dari pengambilan keputusan yaitu: (1) *Cronbach alpha* (α) \geq 0,70, maka dikatakan reliable atau dapat diandalkan. (2) *Cronbach alpha* (α) \leq 0,70, maka dapat dikatakan tidak reliable atau tidak dapat diandalkan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan model regresi yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar arah dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:95). Model persamaan pada regresi linear berganda yang disusun untuk menguji hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

$$KP = \alpha + \beta_1 HRG + \beta_2 KPL + \beta_3 KPR + e$$

Keterangan:

KP = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta (*Intercept*)

β_1 = Angka arah koefisien regresi untuk Harga (HRG)

β_2	= Angka arah koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (KPL)
β_3	= Angka arah koefisien regresi untuk Kualitas Produk (KPR)
HRG	= Harga
KPL	= Kepuasan Pelayanan
KPR	= Kepuasan Produk
e	= Residual

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang didapatkan dari regresi dapat terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam metode uji normalitas melihat penyebaran data pada sumbu diagonal grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* (Ghozali, 2018:161). Untuk mendeteksi normalitas menggunakan *normal probability plots* yaitu dengan melihat penyebaran titik-titik (data) pada sumbu diagonal grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan antara lain: (1) Apabila data (titik-titik) berada di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas. (2) Apabila data (titik-titik) berada jauh dari garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* bertujuan untuk mengetahui distribusi data, apakah data yang digunakan tersebut berdistribusi normal, *uniform passion*, atau *exponential*. Hal ini untuk mengetahui residual telah berdistribusi normal atau tidak. Residual dapat dikatakan telah berdistribusi secara normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi yang didapat kurang dari 0,05 maka menunjukkan bahwa residual tersebut berdistribusi secara tidak normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dasar dalam pengambilan keputusan uji multikolinieritas antara lain: (1) Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi, yang berarti model regresi tersebut baik. (2) Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi, yang berarti model regresi tersebut tidak baik.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018:137). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat hasil output SPSS melalui grafik *scatter plot*. Dasar penentuannya yaitu: (1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (seperti bergelombang, melebar, dan kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji kelayakan Model

Uji F

Uji kelayakan model bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang digunakan dalam penelitian dinyatakan layak atau tidak sehingga dapat dipastikan variabel

independen dapat menjelaskan perubahan nilai pada variabel dependen secara simultan. Kelayakan model dapat dikatakan layak dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dasar dari pengambil keputusan sebagai berikut: (1) Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model regresi tidak layak untuk digunakan dalam penelitian. (2) Apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ maka model regresi yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model persamaan regresi dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar dari 0 (nol) hingga satu (1). Yang berarti apabila nilai R^2 mendekati 0 maka memiliki nilai regresi yang kurang baik. Sedangkan semakin mendekati angka 1 maka semakin baik garis regresi karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh terhadap satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018:99). Tingkat signifikansi yang dilakukan uji t sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil dalam uji t pada *output* SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients* yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk secara parsial mempengaruhi variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Kriteria dalam pengambilan keputusan uji t sebagai berikut: (1) Jika tingkat nilai signifikansi $t \leq 0,05$, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (2) Jika tingkat nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Subyek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah responden yang melakukan transaksi pada Cafe Tarantula Barak di Surabaya sebanyak 100 orang. Gambaran umum subyek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia dan banyaknya kunjungan yang dapat diuraikan sebagai berikut (a) Responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 67 orang atau dengan tingkat persentase 67%, sedangkan yang berjenis kelamin laki - laki yaitu sebanyak 33 orang atau dengan tingkat persentase 33%. (b) responden yang berusia 21-30 tahun yaitu berjumlah sebanyak 77 orang atau dengan tingkat persentase 77%, selanjutnya responden yang berusia 18-20 tahun berjumlah sebanyak 17 orang atau dengan tingkat persentase sebesar 17%, lalu responden yang berusia 41-50 tahun dan diatas 40 tahun yaitu berjumlah sama yaitu sebanyak 3 orang atau dengan tingkat persentase 3%. (c) Responden yang melakukan kunjungan sebanyak 1-2 kali yaitu berjumlah 54 orang atau dengan tingkat persentase 54%, selanjutnya responden yang melakukan kunjungan sebanyak 3-4 kali berjumlah 30 orang atau dengan tingkat persentase 30%, dan responden yang melakukan kunjungan sebanyak lebih dari 4 kali berjumlah 16 orang atau dengan tingkat presentase 16%.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner, dengan melihat dasar pengambilan keputusan apabila nilai Sig (2-tailed) $\leq 0,05$ dapat dinyatakan valid. Uji validitas dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Uji Validitas

Variabel	Indikator	Sign	Keterangan
Harga (HRG)	HRG1	0,000	Valid
	HRG2	0,000	Valid
	HRG3	0,000	Valid
	HRG4	0,000	Valid
	HRG5	0,000	Valid
	HRG6	0,000	Valid
	HRG7	0,000	Valid
	HRG8	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (KPL)	KPL1	0,000	Valid
	KPL2	0,000	Valid
	KPL3	0,000	Valid
	KPL4	0,000	Valid
	KPL5	0,000	Valid
	KPL6	0,000	Valid
	KPL7	0,000	Valid
	KPL8	0,000	Valid
	KPL9	0,000	Valid
	KPL10	0,000	Valid
Kualitas Produk (KPR)	KPR1	0,000	Valid
	KPR2	0,000	Valid
	KPR3	0,000	Valid
	KPR4	0,000	Valid
	KPR5	0,000	Valid
	KPR6	0,000	Valid
	KPR7	0,000	Valid
	KPR8	0,000	Valid
	KPR9	0,000	Valid
	KPR10	0,000	Valid
	KPR11	0,000	Valid
	KPR12	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP1	0,000	Valid
	KP2	0,000	Valid
	KP3	0,000	Valid
	KP4	0,000	Valid
	KP5	0,000	Valid
	KP6	0,000	Valid
	KP7	0,000	Valid
	KP8	0,000	Valid
	KP9	0,000	Valid
	KP10	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan setiap indikator dari keseluruhan variabel yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang berjumlah 40 item. Mempunyai nilai signifikansi (*2 tailed*) lebih kecil dari 0,05 yang berarti seluruh item pernyataan bisa dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk, dengan melihat dasar pengambilan keputusan apabila *Cronbach alpha* (α) > 0,70, maka dikatakan reliabel atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Perhitungan <i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha (a)</i>	Keterangan
Harga (HRG)	0,776	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan (KPL)	0,892		Reliabel
Kualitas Produk (KPR)	0,892		Reliabel
Kepuasan Pelanggan (KP)	0,895		Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha (a)* pada seluruh item dari tiap indikator pernyataan pada kuesioner yang terdiri dari variabel harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan telah memiliki nilai *cronbach alpha (a)* yang lebih besar dari 0,70. Hal ini berarti bahwa seluruh item tiap indikator yang terdiri dari variabel harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dimana penelitian ini melihat seberapa besar pengaruh variabel harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada café Tarantula Barak di Surabaya. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,001	,231
	HRG	,314	,089
	KPL	,417	,084
	KPR	,265	,080

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 4 diatas diperoleh persamaan regresi dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut:

$$KP = 0,001 + 0,314HRG + 0,417KPL + 0,265KPR + e$$

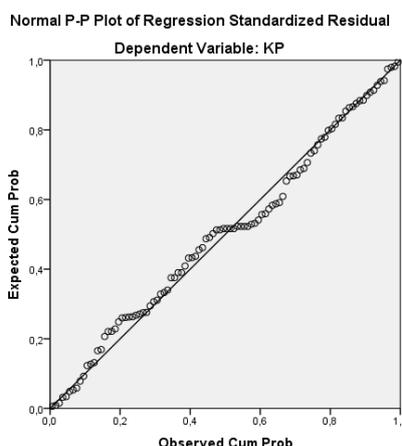
Dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta dalam regresi linier berganda sebesar 0,001 menunjukkan bahwa jika variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,001. Artinya tanpa melihat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,001. (2) Nilai koefisien harga diperoleh sebesar 0,314 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel harga dengan kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya. Hal ini berarti bahwa harga yang diukur menggunakan harga sesuai dengan manfaat yang diharapkan. Adanya peningkatan yang dilakukan, maka kepuasan pelanggan yang diukur menggunakan produk, pelayanan dan juga fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi. (3) Nilai koefisien dari kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,417 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya. Hal ini berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan karyawan café

berpenampilan rapi, bersih, dan menarik, kondisi ruangan café rapi, bersih, dan nyaman. Adanya peningkatan yang dilakukan, maka kepuasan pelanggan yang diukur menggunakan produk, pelayanan dan juga fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi. (4) Nilai koefisien dari kualitas produk diperoleh sebesar 0,265 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya. Hal ini berarti bahwa apabila variabel kualitas produk diukur menggunakan kemasan yang digunakan memiliki ketahanan yang bagus, mutu makanan dan minuman sesuai keinginan konsumen, produk tidak mudah basi, pelanggan merasakan bahan baku yang premium. Adanya peningkatan yang dilakukan, maka kepuasan pelanggan yang diukur menggunakan produk, pelayanan dan juga fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada analisis grafik dengan metode grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, ditunjukkan sebagai berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2022.

Gambar 2

Hasil Uji Normalitas Metode grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Gambar 2 diatas menjelaskan bahwa hasil grafik uji normalitas data telah menyebar di sekitar garis diagonal dan data menhyebar mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya yang dapat menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, sedangkan Hasil uji normalitas pada analisis statistik dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Standardized Residual</i>
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	0E-7	0E-7	.0000000
	,24198086	,98473193	.94686415
Most Extreme	,067	,067	.142
Differences	,067	,067	.142
	-,057	-,057	-.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,675	,675

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan (*Asymp-Sig 2 Tailed*) sebesar 0,752 yang berarti bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa baik menggunakan metode analisis grafik dan metode analisis statistik model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, yang berarti model regresi tersebut baik. Dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

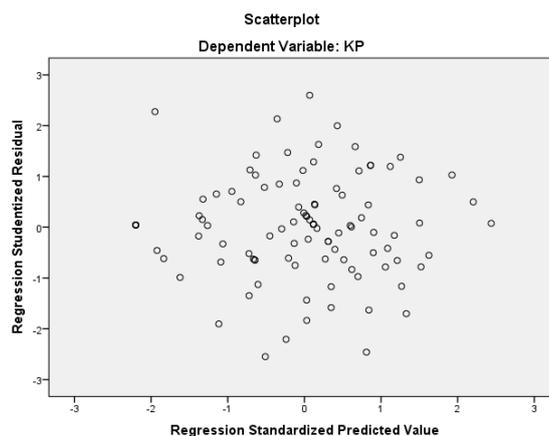
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
HRG	,389	2,570	Bebas Multikolinearitas
KPL	,363	2,756	Bebas Multikolinearitas
KPR	,394	2,536	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,0 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak terjadi Multikolinieritas, sehingga variabel - variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas dapat disajikan pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2022.

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 diatas terlihat bahwa grafik *scatterplot* tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik telah menyebar secara acak baik diatas ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka

dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji kelayakan model (uji f) bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang digunakan dalam penelitian dinyatakan layak atau tidak, dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ maka model regresi yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam penelitian. Dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 7
Uji Autokorelasi
ANOVA^a

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	18,271	3	6,090	100,857	.000 ^b
	Residual	5,797	96	,060		
	Total	24,068	99			

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel 7 diatas dari perhitungan uji F menunjukkan bahwa model pada penelitian ini layak untuk dilakukan penelitian karena memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ (*level of significant*), hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dapat dikatakan layak dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model persamaan regresi dalam menerangkan variabel independen terhadap variabel dependen, hasil uji koefisien determinasi disajikan sebagai berikut:

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,871 ^a	,759	,752	,24573

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel 8 diatas dapat dikatakan bahwasanya nilai *R Square* (R²) sebesar 0,759 atau sebesar 75,9% hal iniberarti bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk telah mampu berkontribusi sebesar 75,9% terhadap kepuasan pelanggan, Sedangkan sisanya yaitu sebesar 24,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh terhadap satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, menggunakan dasar dalam pengambilan keputusan yang apabila tingkat nilai signifikansi $t \leq 0,05$, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	Sig.	Keterangan
Beta			
1 (Constant)		,996	
VAIC	,282	,001	Signifikan
UP	,412	,000	Signifikan
DER	,265	,001	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel 9 diatas berasumsi bahwa uji t menjelaskan masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidaknya terhadap variabel terikat. Dengan hasil diatas maka dapat diperoleh hipotesis dengan menggunakan signifikansi 0,05, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pengujian hipotesis:

H₁ : Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji pada harga terhadap kepuasan pelanggan nilai yang diperoleh sebesar $0,001 < \text{Sig. Tolerance } 0,05$. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nilai yang diperoleh sebesar $0,000 < \text{Sig. Tolerance } 0,05$. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₃ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji pada kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan nilai yang diperoleh sebesar $0,001 < \text{Sig. Tolerance } 0,05$. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Tarantula Barak di Surabaya, dengan populasi sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling* dengan pengambilan data primer yang menggunakan kuisioner yakni diambil dari pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan yang berada di Café Tarantula Barak di Surabaya. Kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh yaitu: (1) Harga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya, (2) Kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya, (3) Kualitas produk menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Tarantula Barak di Surabaya.

Keterbatasan

Prosedur dan ketentuan yang dilaksanakan penelitian ini telah ditetapkan, namun dalam penelitian juga mempunyai beberapa keterbatasan diantaranya yaitu: (1) Penelitian ini terbatas hanya pada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan masih banyak faktor - faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. (2) Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga sangat mungkin jawaban yang

diberikan tidak menunjukkan keadaan sebenarnya, akan lebih baik jika ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

Saran

Berdasarkan perolehan hasil dari kesimpulan ini, terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti yaitu: (1) Cafe Tarantula Barak di Surabaya sebaiknya tetap mempertahankan harga yang ditawarkan kepada konsumen agar harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal dibandingkan dengan pesaing lain yang menjual produk sejenis, dan konsumen akan tetap merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Cafe Tarantula Barak di Surabaya. (2) Cafe Tarantula Barak di Surabaya sebaiknya mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya agar konsumen selalu merasa dihargai atas kehadirannya untuk mengkonsumsi hidangan yang ada di Cafe Tarantula Barak di Surabaya serta konsumen Cafe Tarantula Barak di Surabaya dapat merasa mudah dalam hal menyampaikan kendala saat memesan makanan karena karyawannya yang responsif dan tanggap. (3) Cafe Tarantula Barak di Surabaya sebaiknya mampu mempertahankan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang mereka beli dan konsumen akan merasa puas dengan produk yang didapatkan dari Cafe Tarantula Barak di Surabaya, karena kualitas produk dapat menentukan kepuasan konsumen. (4) Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Serta peneliti selanjutnya dapat menambahkan metode wawancara sebagai sarana pengumpulan data, agar data yang didapatkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7 (1).
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- , I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ibrahim, M dan S.M Thawil. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Fakultas Ekonomi UNIAT, 4 (1)
- Ilmi, N., dan Khuzaini. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan M22 Mini Cafe Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 10 (6).
- Indra, D. 2019. Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Bagi Kaum Millenial. *Journal of Accounting dan Management Innovation*, 3 (1).
- Irawan, H. 2021. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Izzuddin, A dan M. Muhsin. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6 (1).
- Kotler, P dan G, Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- . 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- . 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Penerbit PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- . 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Penerbit PT Indek. Jakarta.
- Lovelock, C., M, Jacky dan W, Jochen. 2010. *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia* Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Santoso, A. 2011. Serat Pangan (Dietary Fiber) Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan. *Jurnal Magistra*. Fakultas Teknologi Pertanian. Unwidha Klaten.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet. Bandung.
- Susanti, N dan Jasmani. 2019. The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Mitra 10 in Depok. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 5 (2).
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta