



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Nadila Alya Ayunani¹; Yanuar Varadina²; Ayu Nurafni Octavia³
Nadilaayunani@gmail.com¹; yanuarvaradina@gmail.com²; Ayunurafni@usm.ac.id³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

INFO ARTIKEL

Proses Artikel

Dikirim : 14/06/2023

Diterima: 27/07/2023

Dipublikasikan:

31/07/2023

ABSTRAK

Perkembangan food and baverage semakin meningkat seiring bertambah tinggi tingkat persaingan, sehingga bagi para pebisnis dibidang food and baverage perlu untuk memperhatikan faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. karena ketika konsumen merasa puas dengan sebuah produk dia akan kembali untuk membeli produk yang sama. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Populasi penelitian adalah para pelanggan di burjo titik kumpul semarang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability sampling, dengan menggunakan sampel sebanyak 80 responden untuk menjawab pernyataan pada kuesioner yang dibagikan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS, pengujian yang dilakukan diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas, lolos uji asumsi klasik, uji t, uji simultan, dan terakhir uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. berdasarkan uji simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. berdasarkan uji koefisien determinasi variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci :

Kualitas Produk; Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan;

Abstract

The development of food and beverage is increasing along with the increasing level of competition, so that business people in the food and beverage sector need to pay attention to factors that can affect consumer satisfaction. because when a consumer is satisfied with a product he will return to buy the same product. The purpose of this study is to determine

whether product quality, price and service quality affect the level of customer satisfaction. The research population is the customers at the meeting point burjo Semarang. Sampling in this study used non-probability sampling, using a sample of 100 respondents to answer statements on the questionnaires distributed. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with SPSS, the tests carried out included validity and reliability tests, passed the classical assumption test, t test, simultaneous test, and finally the coefficient of determination test. The results of this study indicate that partially there is an effect of product quality on customer satisfaction, price has an effect on customer satisfaction and service quality has a significant effect on customer satisfaction. based on the simultaneous test of product quality, price and service quality variables together influence customer satisfaction. based on the test of the coefficient of determination variable product quality, price and service quality can affect customer satisfaction by 69.6% while the rest is influenced by variables not examined in this study

Keywords :

Product quality; Price; Service quality; Customer satisfaction;

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dibidang food and baverage yang semakin hari tingkat persaingan semakin meningkat, tren baru pada tempat ngopi yang tidak hanya menjadi tempat bersosialisasi, tetapi juga membentuk gaya hidup baru yaitu pesan antar pulang dengan ekosistem sosialitas didunia maya, khususnya pada media sosial yang sangat digandrungi oleh generasi millennial. Hal ini disebabkan oleh banyaknya orang yang melakukan inovasi dan mempunyai pemikiran yang unik terhadap macam-macam cafe. Bisnis yang sedang berkembang pesat salah satunya adalah bisnis dalam bidang cafe, banyaknya pebisnis dalam bidang ini bisa dikatakan persaingan bisnis juga semakin ketat. “Pelaku bisnis cafe dituntut untuk menjadi kreatif (becreative) dalam setiap aspeknya agar siap menghadapi persaingan industri kreatif yang semakin meningkat. Salah satu faktor penentu keberhasilan pelaku bisnis cafe adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap konsumen mengenai pembelian pada produk, khususnya para penikmat kopi.

Menurut Putri (2018), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas.

Menurut Desikasari (2018), kualitas pelayanan yaitu kegiatan yang bersifat tidak terlihat yang terjadi karena ada interaksi antara konsumen dengan karyawan, atau sesuatu yang disediakan oleh pengusaha dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Citra kualitas bukan hanya dilihat dari sudut pandang perusahaan tetapi juga berdasarkan sudut pandang pelanggan (Suwarsito, 2020).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga ada- lah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu banyak variabel yang mempengaruhi dan tidak mempengaruhi. diantaranya menurut Febrida et, al (2020) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Dessy Permatasari et, al (2020) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. menurut Citra et, al (2019) harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan). Sedangkan menurut Berliana (2020)

harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. menurut Rohaeni et, al (2018) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Andalusi (2018) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan). Penelitian akan dilakukan pada burjo titik kumpul semarang. dengan tujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Burjo tersebut cukup ramai dikunjungi kalangan mahasiswa karena berdekatan dengan kampus. penelitian ini mengambil populasi yang pernah membeli di burjo titik kumpul.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas produk

Maramis (2018) kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan barang, keandalan, ketepatan, kemudahan pada saat dioperasikan, dan trmpat perbaikan produk. Menurut sunyoto produk merupakan beberapa atribut fisik yang terkait kedalam bentuk yang dapat diidentifikasi, selain itu produk juga merupakan beberapa atribut nyata dan tidak nyata yang didalamnya termasuk packaging, warna produk, harga produk, kualitas produk, merek, kualitas pelayanan dan citra penjual. Produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepasar untuk dilihat, dibeli, dipakai atau dikosumsi sehingga memuaskan keinginan atau kebutuhan. Indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2017) adalah Performance (kinerja), Durability (daya tahan), Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), Features (fitur), Aesthetics (estetika), Perceived quality (kesan kualitas), Serviceability

Harga

Menurut Sunyoto (2019), harga merupakan uang yang dibebankan pada produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. harga dapat mempengaruhi biaya, karena jumlah yang terjual berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan dalam hal efisiensi produksi oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan strategi dan penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) indikator harga adalah Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen, Kesesuaian antara harga dengan kualitas, Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis

Kualitas Pelayanan

Menurut Goesth dan Davis (2019) kualitas pelayanan adalah sebuah kondisi yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang bisa memenuhi atau melebihi keinginan konsumen. Menurut Arianto (2018) Kualitas Pelayanan merupakan sesuatu yang terfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua layanan yang diberikan oleh pengusaha ketika konsumen berada ditoko. Tjiptono (2017) mengidentifikasi lima indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu Bukti langsung (tangibles), Keandalan (reliability), Daya tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), Empati (emphaty)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver et, al (2019) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Irawan (2021) kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Indikator kepuasan pelanggan yaitu : Kualitas produk, Kualitas pelayanan Harga produk, Strategi marketing, Customer Experience, Aksesibilitas produk

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk sangatlah mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena kemampuan dalam suatu produk akan dapat memenuhi keinginan pelanggan. kualitas yang semakin baik akan semakin menambah kepuasan konsumen terhadap produk tersebut, Suatu produk akan dinyatakan berkualitas jika mengacu pada kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya. Dibuktikan menurut penelitian Oliver et, al (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut,

H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

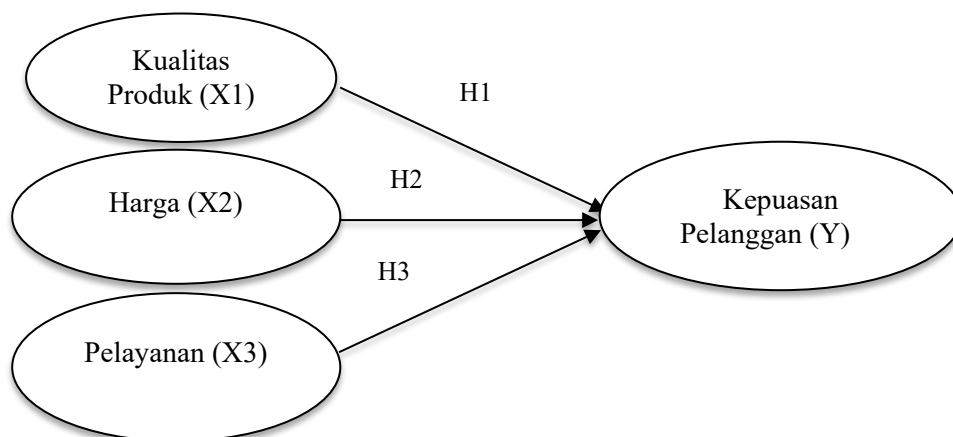
Pengaruh harga terhadap Kepuasan pelanggan sangat berhubungan, karena pelanggan akan memilih produk yang sama dengan harga yang relative murah yang membuat pelanggan memberikan nilai yang tinggi bagi perusahaan. Dibuktikan dari hasil penelitian Widianti et, al (2021) bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dimana semakin baik persepsi terhadap harga maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut,

H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat penting, karena pelanggan mementingkan kecepatan serta pelayanan dalam penyajian makanan dan minuman. Dalam memenuhi keinginan pelanggan, tentunya tingkat keunggulan tersebut akan dipengaruhi atas keinginan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan. Menurut penelitian Darmanto dan Ariyanti (2020), bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila layanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan sesuai apa yang pelanggan inginkan. sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut,

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan



Gambar 1 : Kerangka pemikiran teoritis

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal komparatif, karena peneliti melakukan penelitian dengan karakteristik masalah yang berhubungan dengan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*. Yang telah dikutip menurut Sugiyono (2017) penelitian yang digunakan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian menuntut kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Penelitian ini menggunakan variabel Independent yaitu: (1)

Kualitas Produk. (2) Harga (3) Kualitas Pelayanan. dan variabel dependen yaitu: Kepuasan Pelanggan. populasi yang digunakan adalah pelanggan pada burjo titik kumpul, dengan jumlah yang tidak terbatas pada pelanggan yang telah berkunjung pada setiap harinya. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui oleh peneliti, sehingga jumlah sampel ditentukan menggunakan formula leqmeshow sehingga didapatkan 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode nonprobability sampling, Data yang digunakan peneliti yaitu berupa data primer yang secara langsung diperoleh dari data responden. data akan diolah menggunakan program SPSS dengan analisis regresi linear berganda, sehingga pengujian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, uji determinasi dan lolos uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid (Ghozali, 2005). hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas	X1.1	0,227	0,221	Valid
	X1.2	0,753	0,221	Valid
	X1.3	0,821	0,221	Valid
	X1.4	0,850	0,221	Valid
Harga	X2.1	0,697	0,221	Valid
	X2.2	0,690	0,221	Valid
	X2.3	0,579	0,221	Valid
	X2.4	0,461	0,221	Valid
Pelayanan	X3.1	0,753	0,221	Valid
	X3.2	0,783	0,221	Valid
	X3.3	0,547	0,221	Valid
	X3.4	0,676	0,221	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,542	0,221	Valid
	Y2	0,544	0,221	Valid
	Y3	0,729	0,221	Valid
	Y4	0,657	0,221	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai dari r hitung keseluruhan indikator yang uji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r tabel. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa seluruh keseluruhan butir indicator yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). sebagai berikut

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	ALPA	KETERANGAN
KUALITAS	0,781	Reliabel
HARGA	0,883	Reliabel
PELAYANAN	0,790	Reliabel
KEPUASAN	0,752	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha* sebesar $X1 = 0,781$. $X2 = 0,883$. $X3 = 0,790$. $Y = 0,752$ memiliki nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari pada 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

3. Uji Normalitas Data

Uji ini di pergunakan untuk menguji dalam sebuah produk regresi variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka model dari regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98605805
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.058
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil maka dapat diketahui nilai signifikansi kolmogorov-smirnov adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal

4. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independent). Menurut Ghozali (2006) nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk multikolonieritas adalah tidak melebihi 10 dan nilai *Tolerance* di atas 0,10. Hasil uji multikolonieritas tertera pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF	TOLERANCE
Kualitas Produk (X1)	1.950	0,513
Harga (X2)	1.269	0,788
Pelayanan (X3)	1.851	0,540

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Dari tabel terlihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak ada multikolonieritas

5. Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glesjer

Tabel 5 hasil uji glesjer

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.074	.618		3.356	.001
Kualitas	.034	.040	.129	.837	.405
Harga	-.043	.036	-.147	-1.179	.242
Pelayanan	-.073	.044	-.251	-1.668	.099

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai signifikan variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Liner Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	3.242	1.051		
Kualitas	.308	.069	.390	4.499	.000
Harga	.142	.062	.160	2.288	.025
pelayanan	.385	.074	.438	5.192	.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel maka persamaan regresinya adalah

$$Y = 3,242 + 0,308 X1 + 0,142 X2 + 0,385 X3 + e$$

Koefisien regresi pada variabel Produk sebesar 0,390 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan variabel Produk dimana variabel lain konstan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel Harga sebesar 0,160 adalah positif. bila terjadi peningkatan variabel harga dimana variabel lain konstan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,438 adalah positif. bila terjadi peningkatan variabel kualitas produk dimana variabel lain konstan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. Pengujian Hipotesis (Uji-t)

Tabel 7 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	3.242	1.051		3.084	.003
Kualitas	.308	.069	.390	4.499	.000
Harga	.142	.062	.160	2.288	.025
pelayanan	.385	.074	.438	5.192	.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

pada tabel dapat diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas produk adalah sebesar 4,499 dengan signifikansi 0,000. t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(4,499) > (1,991)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka H1 diterima. variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. nilai t hitung variabel Harga adalah 2,288 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025. t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(2,288) > (1,991)$ dan nilai signifikansinya $0,025 < 0,05$ maka H2 diterima. variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. nilai t hitung pada variabel pelayanan sebesar 5,192 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(5,192) > (1,991)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka H3 diterima. variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

8. Pengujian Simultan

Pengujian simultan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Tabel 8 Uji simultan

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	185.937	3	61.979	61.324	.000 ^b
Residual	76.813	76	1.011		
Total	262.750	79			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Dari hasil perhitungan statistic dengan menggunakan SPSS di peroleh nilai F sebesar 61,324 dengan tingkat signifikan 0,000 jika di nilai tingkat signifikan F tersebut di peroleh bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel – variabel Produk,Harga,Kualitas Pelayanan layak untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan

9. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi untuk mengukur seberapa persentase variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel independent. Hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.708	.696	1.005

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel koefisien determinasi memiliki adjusted R square sebesar 0,696 berarti 69,6% Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisannya 30,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Burjo Titik Kumpul dapat diketahui bahwa hipotesis 1 diterima Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hipotesis 2 diterima Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan hipotesis 3 diterima Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. kemudian pada uji F secara simultan dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. dan berdasarkan uji determinasi semua variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 69,6% sedangkan sisanya 30,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini. Berdasarkan kesimpulan yang ada maka diberikan saran sebagai berikut: 1) Sebaiknya pengelola lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, 2) Sebaiknya pengelola lebih memperhatikan kualitas produknya yaitu agar lebih menarik, lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan Burjo Titik Kumpul. Hal ini dilakukan supaya kepuasan pelanggan semakin meningkat. 3) Sebaiknya bagi peneliti selanjutnya memberikan tambahan variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan supaya dapat memperoleh hasil secara menyeluruh. 4) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dayani, C. A. (2018). Analisis Implementasi Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Koperasi Syariah Al-Mawaddah Tulungagung. Institutional Repository Of Iain Tulungagung, 13. <http://Repo.Iain-Tulungagung.Ac.Id/11437/7/Bab>
- Diasari, S. A., & Oetomo, H. W. (2016). Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(12).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1), 2019.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo
- Irawan, Handi. (2021). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kesembilan. PT.Elex Media Komputindo.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung: CV Pustaka Setia
- Purwasih, R., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Batavia Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 16(1).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318. Press.

- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi* 15 (1): 96-99
- Sugiyono, (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Wati, A., & Daud, S. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Caffe Ayang Beib Steak Masa Pandemi Covid-19. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(4), 679-692.
- Widiyanti, Satri Oktahirsa, Zakaria Wahab, Muchsin Saggaf (2021). the influence of product and service quality on the consumer satisfaction in PT Main Commercial Hospi Palembang Branch. *SLOAP* 4 (2).
- Widodo, R. C. dan M. S. Shihab. (2016). Membangun Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Untuk Mendukung Word Of Mouth Melalui Kepuasan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 14 (1):
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).