

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MEMBELI KOPI KENANGAN CABANG SPBU HANG LEKIR JAKARTA

Purwanti¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Indonesia,
15415

E-mail: dosen02578@unpam.ac.id¹

Abstract

This study aims to determine the effect of price and service quality on consumer satisfaction when buying Kopi Kenangan, Hang Lekir Gas Station, Jakarta. The data used in this study are primary and secondary data. This research method uses a quantitative approach. The sampling technique used the Lemeshow formula in this study, a sample of 96 respondents was obtained. The data analysis used is the validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, correlation coefficient, determination coefficient, T test, F test. Based on the multiple linear regression test, it shows that consumer satisfaction = $-0.125 + 0.408 (X1) + 0.600 (X2)$. Based on the partial test (t-test) shows that the price has a $t_{count} > t_{table}$ or $6.427 > 1.661$ and a sig value of $0.000 < 0.05$, therefore partially the price has a significant effect on consumer satisfaction, while service quality has a $t_{count} > t_{table}$ or $9.339 > 1.661$ and a sig value of $0.000 < 0.05$, therefore partially Service Quality has a significant positive effect on Customer Satisfaction. Based on the results of the simultaneous test (Test - F) shows that simultaneously Price and Service Quality have a significant effect on Consumer Satisfaction where $F_{count} 630.208 > F_{table} 3.09$ with a significance level of 0.000 smaller than a significant level of 0.05 . Based on the data obtained, the results of the coefficient of determination show that Price and Service Quality have an influence of 93.1% on Consumer Satisfaction while the remaining 6.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen membeli Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow pada penelitian ini sampel diperoleh 96 responden. Analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Relibilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji T, Uji F. Berdasarkan Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen = $-0,125 + 0,408 (X1) + 0,600 (X2)$. Berdasarkan uji parsial (uji - t) menunjukkan bahwa Harga memiliki nilai thitung > ttabel atau $6,427 > 1,661$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$, maka dari itu secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Kualitas pelayanan memiliki nilai thitung > ttabel atau $9,339 > 1,661$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$, maka dari itu secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji simultan (Uji - F) menunjukkan bahwa secara simultan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dimana $F_{hitung} 630,208 > F_{tabel} 3,09$ dengan taraf signifikansi $0,000$ lebih kecil dari taraf signifikan $0,05$. Berdasarkan data yang diperoleh hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar $93,1\%$ terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan sisanya $6,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

1. PENDAHULUAN

Budaya minum kopi kekinian belakangan ini di Indonesia sedang naik daun. Kopi sendiri adalah jenis minuman seduh yang sudah dikenal sejak zaman dulu. Dulu, kopi biasanya menjadi minuman wajib bagi para orang tua, kini kopi juga sudah menjadi minuman favorit kaum muda. Saat ini, banyak dapat ditemui kafe-kafe yang menjadi tempat nongkrong kaum muda, dengan menu andalan coffee/kopi. Kedai kopi ini sepertinya berlomba untuk menawarkan cita rasa kopi khas Indonesia dari berbagai daerah di Indonesia. Indonesia adalah negara nomor 4 penghasil kopi terbesar di dunia. Negara pertama penghasil kopi terbesar di dunia adalah Brazil. Meski demikian, Indonesia masih jauh dari kata untung dari komoditas kopi.

Berdasarkan data dari International Coffee Organization (2019), Indonesia ada peringkat ke 14 negara yang mendapatkan penghasilan dari kopi. Negara pertama yang mendapatkan penghasilan dari kopi adalah Amerika Serikat karena negara tersebut mengolah kopi sehingga lebih memiliki nilai jual meskipun tidak memproduksi kopi. Beberapa brand kopi yang terkenal dari Amerika Serikat adalah Starbucks, The Coffee Bean, Dunkin, dll. Namun belakangan ini brand kedai kopi asal Indonesia mulai bermunculan. Salah satunya adalah kopi kenangan.

Gaya hidup generasi milenial dan generasi setelahnya menjadi serba cepat dan instan. Banyak industri – industri yang tergerus oleh era disrupsi ini yang kemudian mempengaruhi operasional perusahaan – perusahaan besar agar bisa bertahan pada persaingan.

Kopi Kenangan mendapat suntikan dana awal (seed funding) putaran pertama dari Alpha JWC pada tahun 2018 dimana mereka kemudian membuka banyak gerai pada tahun tersebut. Setahun kemudian yakni tahun 2019 pendanaan putaran kedua Seri A didapatkan kopi kenangan dari Sequoia India, Jay-Z melalui Arrive Venture, Serena William melalui Serena Ventures, pebasket Caris LeVert dan CEO Sweetgreen Jonathan Neman. CEO Arrive Capital, Neil Sirmi mengatakan perusahaannya turut menyuntikkan dana karena melihat visi, keuletan, dan kemampuan Kopi Kenangan dalam menjalankan

bisnisnya. Dalam dua tahun berdiri, mereka telah mengelola lebih dari 200 gerai di 18 kota.

Menurut Nielsen Company, Kopi Kenangan pada tahun 2019 adalah merek dengan top-of-mind awareness nomor satu untuk kategori Kopi Susu dan merek nomor dua setelah jaringan kopi international untuk kategori kopi umum. Ini adalah pencapaian luar biasa mengingat Kopi Kenangan baru beroperasi selama kurang dari dua tahun.

Bagi konsumen, harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Secara teoritis semakin tinggi harga akan mengakibatkan minat konsumen untuk membeli suatu barang menurun. Secara bersamaan menurunnya minat beli konsumen atas suatu barang juga mengakibatkan menurunnya jumlah barang terjual. Dengan demikian semakin tinggi harga dapat mengakibatkan menurunnya keputusan pembelian. Sebaliknya, bila harga semakin rendah maka penjualan akan meningkat. Harga telah menjadi hal penting yang dapat mempengaruhi pembelian, sehingga kualitas produk dapat dilihat dari harganya. Berikut ini adalah range harga pada Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta sebagai berikut:

Tabel I. Range Harga dan Menu Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

No	Menu	Harga		
		Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Kopi Kenangan Mantan	Rp. 18.000,-	Rp. 18.000,-	Rp. 19.000,-
2	Americano	Rp. 15.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 15.000,-
3	Salted Caramel Macchiato	Rp. 24.000,-	Rp. 28.000,-	Rp. 28.000,-
4	Hazelnut Latte	Rp. 24.000,-	Rp. 24.000,-	Rp. 26.000,-
5	Capucino	Rp. 18.000,-	Rp. 18.000,-	Rp. 22.000,-

Sumber: Hasil pra-survei dan wawancara pengelola Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

Berdasarkan tabel I bahwa harga pada Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta sangat terjangkau dari 5 menu Best Seller dari tahun ke tahun harga yang ditawarkan kopi kenangan tidak terlampau jauh, untuk menu Kopi Kenangan Mantan dari tahun 2020 sampai tahun 2021 menawarkan harga yang sama yaitu sebesar Rp.18.000,- sedangkan pada tahun 2022 naik seribu rupiah hal ini menjadikan menu kopi kenangan mantan sangat diminati karena dari tahun ke tahun harga yang ditawarkan tidak mahal

tetapi untuk pelayanan dan kualitas produk dari tahun ke tahun meningkat.

Dibandingkan dengan kompetitor sejenis kedai kopi Flash Coffe terbilang sangat berbeda dikarenakan Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta dinilai konsumen harga yang dibandrol lebih terjangkau bagi kantong masyarakat dari kalangan bawah ke atas dan bukan hanya harga yang ditawarkan terjangkau tetapi juga menu bervariasi dan berbagai rasa yang bisa dinikmati oleh kalangan anak-anak, remaja serta orang tua.

Tabel II. Range Harga dan Menu Kompetitor sejenis kedai kopi Flash Coffe

No	Menu	Harga		
		Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Latte Gula Aren	Rp. 24.000,-	Rp. 25.000,-	Rp. 28.000,-
2	Americano	Rp. 18.000,-	Rp. 22.000,-	Rp. 25.000,-
3	Latte	Rp. 24.000,-	Rp. 28.000,-	Rp. 30.000,-
4	Vanilla Latte	Rp. 24.000,-	Rp. 26.000,-	Rp. 28.000,-
5	Macadamia Latte	Rp. 28.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 32.000,-

Sumber: Hasil pra-survei

Range harga kompetitor tidak terlalu jauh dengan outlet Kopi Kenangan, namun walau harga kopi kenangan bisa dibilang sangat terjangkau kualitas dan pelayanan yang diberikan tidak kalah jauh dari kedai kopi flash coffe. Kopi Kenangan harus mengevaluasi kualitas layanan produk mereka untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data lain mengatakan, Kopi Kenangan masih tertinggal dari Starbucks berdasarkan trends yang didapatkan dari Google Trends. Starbucks memiliki popularitas pencarian di google Indonesia lebih tinggi dibanding kopi kenangan. Kopi kenangan meskipun berada pada urutan 1 top brand katogori kedai kopi, namun starbucks tetap berada di atas kopi kenangan dalam tren pencarian di Google.

Tabel III. Kualitas Pelayanan Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

No	Indikator	Pelayanan	Presentase
1	Empati (<i>Emphaty</i>)	Bersikap ramah dan sopan	80%
2	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	membuat pesanan produk tepat waktu	79%
3	Keandalan (<i>Reliability</i>)	memberikan produk sesuai dengan yang dipesan	93%
4	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	memberikan informasi pelayanan dengan jelas	91%
5	Jaminan (<i>Assurance</i>)	produk tersedia dengan baik	89%

Sumber: Hasil pra-survei dan wawancara pengelola Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

Berdasarkan tabel III dapat dilihat bahwa pelayanan karyawan pada Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta terbilang cukup baik namun kurang maksimal. Dimana

masih banyak karyawan yang tidak belum mampu memaksimalkan target kerjanya.

Selain kualitas pelayanan, faktor harga juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator value bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Berikut adalah kepuasan konsumen Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta sebagai berikut:

Tabel IV. Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

No	Ketidakpuasan konsumen	Rata-rata Presentase Konsumen
1	Pelayanan yang kurang ramah	20%
2	membuat pesanan produk terlalu lama	21%
3	memberikan produk tidak bagus dan tidak sesuai dengan yang dipesan	7%
4	Tidak memberikan informasi pelayanan dengan jelas	9%
5	produk tidak tersedia dan habis	11%

Sumber: Hasil pra-survei dan wawancara pengelola Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta

Berdasarkan tabel IV dapat dilihat bahwa tingkat pencapaian ketidakpuasan konsumen pada Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta terbilang cukup baik dan maksimal. Dimana kepuasan konsumen mampu memksimalkan target kerjanya. Tingkat pencapaian tertinggi yaitu pada membuat pesanan produk terlalu lama dengan rata-rata pencapaian 21% dikarena jika pemesanan produk dijam sibuk akan membuat pesanan produk terteter atau membuat menunggu dan bersabar konsumen yang membeli maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta sebesar 79%. Dan tingkat pencapaian terendah adalah pada memberikan produk tidak bagus dan tidak sesuai dengan yang dipesan dengan rata-rata pencapaian 7% dikarenakan para karyawan sudah ditraining dan penghafalan daftar menu yang ditawarkan kedai kopi maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta sebesar 93%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat rata-rata kinerja karyawan masih dapat di optimalkan.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Kurniawati, Bambang Irawan, Adi Prasodjo

(Universitas Jember), Vol. VI (1) : 147- 1541 ISSN :2355- 4665. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Explanatory Research dengan judul nalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan layanan yang diberikan pihak Pizza Hut Cabang Jember sesuai dengan harapan dan layanan yang diberikan sudah cukup (memuaskan). Maka dari itu, semakin tinggi kualitas layanan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan harga yang diukur dalam penerimaan dan kewajaran harga tidak sesuai dengan yang ditetapkan oleh pihak restoran Pizza Hut Cabang Jember. Brand image tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan brand image yang dimiliki Pizza Hut Cabang Jember tidak mempunyai pengaruh ke arah positif maupun negative.

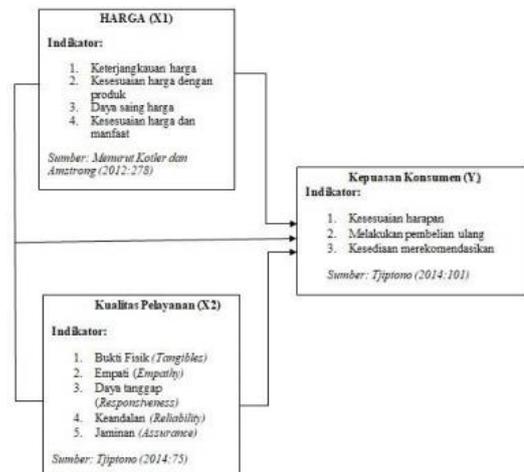
Penelitian yang dilakukan oleh Andi Muhammad Irfan (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Takzia), Vol. 9 No. 2, Desember 2018 p-ISSN: 2087-2178, e-ISSN: 2579-6453. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Linear berganda dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Secara persial variable kualitas dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan namun variable harga tidak berpengaruh signifikan, secara simulltan variable kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari waterpark Bontang.

Penelitian yang dilakukan oleh Dealisna Pantilu,Rosalina A.M. Koleangan, Ferdy Roring (Universitas Sam Ratulangi), Vol. 6, No. 4 (2018) ISSN 2303-1174. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Linear Berganda dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. Hasil penelitian menunjukkan Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan agar Warunk Bendito meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang sudah ada

serta tetap memperhatikan kestabilan harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan minat pelanggan serta memberikan rasa puas kepada Pelanggan yang datang ke Warunk Bendito.

Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah gambaran dalam tinjauan Pustaka atas dasar teori- teori yang menjadi landasan dalam penelitian. Kerangka berpikir pada intinya menjelaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti.



Gbr 1. Kerangka Berfikir

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dinyatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori Sugiyono (2009:96), maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

- 1) Ho1 : $\beta = 0$; Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Konsmen.
- Ha1 : $\beta \neq 0$; Diduga terdapat pengaruh signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.
- 2) Ho2 : $\beta = 0$; Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Ha2 : $\beta \neq 0$; Diduga terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.
- 3) Ho3 : $\beta = 0$; Diduga tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas

Pelayanan secara bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha3 : $\beta \neq 0$; Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivise, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kopi Kenangan yang di Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta. Waktu yang diperoleh untuk mencari data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penulis melakukan penelitian selama 6 bulan dimulai dari bulan Agustus 2022 sampai Januari 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan di Cabang Hang Lekir, Kota Jakarta Selatan. populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dikarenakan keterbatasan data dan dokumen yang penulis dapatkan dari tempat penelitian. Menurut Istijanto (2009:113) sampel adalah bagian yang lebih kecil dari populasi. Dalam penelitian tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya Sebagian dari populasi. Jumlah Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhitung. Jadi, jumlah responden sebanyak 96 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan sumber data adalah merupakan usaha untuk mengumpulkan bahan-bahan yang berhubungan dengan penelitian yang dapat berupa data, fakta, gejala, maupun informasi yang sifatnya valid (sebenarnya), realible (dapat dipercaya), dan objektif (sesuai dengan kenyataan). Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2017:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah: Uji Validitas, Uji Relibilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa kuesioner yang ditujukan kepada beberapa konsumen pembeli Kopi Kenangan. Pengumpulan data dilakukan dengan menghubungi dan memberikan link kuesioner untuk dapat direspon dan dikumpulkan. Berdasarkan demografi responden pada jenis kelamin dapat dilihat konsumen di dominasi dengan jenis kelamin wanita sebesar 76 orang dengan persentase 79,2%, sedangkan jenis kelamin laki-laki sebesar 20 orang dengan persentase 20,8%.

Responden yang berusia < 20 Tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 19,8%, responden yang berusia 21 s/d 30 Tahun sebanyak 54 orang dengan persentase 56,3%, responden yang berusia 31 s/d 40 Tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 19,8%, responden yang berusia >40 Tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 4,2%.

Responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 60 orang dengan persentase 62,5%, responden yang pendidikan terakhir Diploma sebanyak 3 orang dengan persentase 3,1%, responden yang pendidikan terakhir Strata 1 (S1) sebanyak 30 orang dengan persentase 31,3%, responden yang pendidikan terakhir Strata 2 (S2) sebanyak 3 orang dengan persentase 3,1%.

Responden yang bekerja sebagai mahasiswa sebesar 18 orang dengan persentase 18,8%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebesar 10 orang dengan persentase 10,4%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebesar 37 orang dengan persentase 38,5%, responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 7 orang dengan persentase 7,3%, responden yang bekerja sebagai lain-lain sebesar 24 orang dengan persentase 25,0%.

Responden yang berpenghasilan kurang dari Rp. 1.000.000,- sebanyak 15 orang dengan persentase 15,6%, responden yang berpenghasilan Rp. 1.000.000,- – Rp. 2.500.000,- 13 orang dengan persentase sebesar 13,5%, responden yang berpenghasilan Rp. 2.500.000,- – Rp. 4.000.000,- sebanyak 39 orang dengan persentase 40,6% sedangkan responden yang berpenghasilan diatas dari Rp. 4.000.000,- sebanyak 29 orang dengan persentase 30,2%.

Uji Instrumen Data Uji Validitas

Nilai validitas untuk masing-masing butir pernyataan variabel Harga (X1) memiliki nilai rhitung > 0,2. Nilai rhitung > rtabel (n-2) dimana rtabel (94) sebesar 0,2006. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Harga adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Nilai validitas untuk masing-masing butir pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai rhitung > 0,2. Nilai rhitung > rtabel (n-2) dimana rtabel (94) sebesar 0,2006. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kualitas Pelayanan adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Nilai validitas untuk masing-masing butir pernyataan variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai rhitung > 0,2. Nilai rhitung > rtabel (n-2) dimana rtabel (94) sebesar 0,2006. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kualitas Pelayanan adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas variabel Harga (X1) sebesar 0,966 > 0,60 artinya hasil pengukuran variabel Harga (X1) tetap konsisten dan dapat di percaya. Koefisien reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,970 > 0,60 artinya hasil pengukuran variabel Kualitas Pelayanan (X2) tetap konsisten dan dapat di percaya. Koefisien reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,977 > 0,60 artinya hasil pengukuran variabel Kepuasan Konsumen (Y) tetap konsisten dan dapat di percaya.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel V. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.77676550
	Absolute	.089
Most Extreme Differences	Positive	.076
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.877
Asymp. Sig. (2-tailed)		.426

Sumber: Output SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi (2-tailed) sebesar (0,426) hal ini menunjukkan bahwa keadaan yang tidak signifikan dengan nilai Kolmogorov- Smirnov (0,426) > 0,05. Dengan nilai derajat probabilitas signifikansi atau p value > 0,05 atau 5%. Hal ini berarti Ho diterima yang artinya bahwa nilai residual berdistribusi normal atau dapat dikatakan telah lolos uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel VI. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-.125	.965		-.129	.898		
HARGA	.408	.063	.403	6.427	.000	.188	5.324
KUALITAS PELAYANAN	.600	.064	.586	9.339	.000	.188	5.324

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber: Output SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas pada kolom tolerance, nilai tolerance masing- masing variable bebas: Harga (X1) sebesar 0,188 sedangkan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,188. Semua angka tersebut diatas 0,1. Pada kolom VIF dapat dilihat VIF masing-masing variabel: Harga (X1) sebesar 5,324 sedangkan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 5,324. Nilai VIF dari hasil output SPSS tersebut semua dibawah 10. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai tolerance yang diatas 0,1 dan nilai VIF yang dibawah 10, maka dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel VII. Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.965 ^a	.931	.930	2.806	1.867

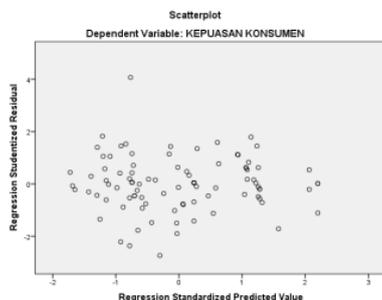
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Output SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai D-W pada metode ini atau sebesar 1,867 sedangkan nilai D-W berdasarkan tabel n = 96 dan k = 2 diperoleh nilai dL = 1,625 dan dU = 1,710. Hasil menunjukkan bahwa nilai (D-W) > dU, dan D-W < 4 – dU yaitu 1,839 > 1,710 dan 1,839 < 4 – 1,710 . Maka dapat disimpulkan Ho diterima atau tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 22

Gbr 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata diatas dan dibawah garis nol, tidak terkumpul di suatu tempat, secara tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan pada uji regresi ini tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas sehingga model regresi ini layak digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan coefficients yang di interpretasikan adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan konstanta variabel independen. Dengan melihat tabel diatas, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Konsumen} = -0,125 + 0,408 (X1) + 0,600 (X2).$$

Koefisien Korelasi

Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien kolerasi (R) adalah 0,965 atau jumlah yang mendekati 1, yang artinya bahwa terdapat hubungan yang kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Dapat disimpulkan bahwa seberapa besar variasi nilai Y yang disebabkan oleh X, dari hasil perhitungan diperoleh nilai R Square sebesar 0,931 atau 93,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 93,1% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan oleh indicator penilaian Kepuasan Konsumen tidak hanya disebabkan oleh kedua variabel (Harga dan Kualitas Pelayanan).

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel VIII. Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.125	.965		-.129	.898		
HARGA	.408	.063	.403	6.427	.000	.188	5.324
KUALITAS PELAYANAN	.600	.064	.586	9.339	.000	.188	5.324

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber: Output SPSS 22

Jika nilai sig < 0,05 atau thitung > ttabel maka terdapat pengaruh signifikan variabel X dan Variabel Y. $T_{tabel} = t (\alpha / 2 : n - k - 1) = t (0,025 : 93) = 1,6612$. Berdasarkan tabel diatas Nilai thitung untuk variabel Harga Sebesar 6,427 kemudian nilai pada ttabel distribusi 5% (0.05) yakni sebesar 1,661. Maka nilai thitung > ttabel (6,427 > 1,661), yang artinya ada alasan kuat pada Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi (0.000 < 0.05), jadi dapat disimpulkan bahwa variable Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan tabel diatas Nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan Sebesar 9,339 kemudian nilai pada ttabel distribusi 5% (0.05) yakni sebesar 1,661. Maka nilai thitung > ttabel (9,339 > 1,661), yang artinya ada alasan kuat pada Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi (0.000 < 0.05), jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Tabel IX. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9927.343	2	4963.671	630.208	.000 ^b
	Residual	732.491	93	7.876		
	Total	10659.833	95			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA
 Sumber: Output SPSS 22

Untuk menentukan taraf signifikan Dalam penelitian ini taraf signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Menentukan Fhitung, Fhitung dapat dilihat pada tabel diatas ANOVA hasil perhitungan dengan SPSS 22 yaitu sebesar 630,208 dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa Fhitung 630,208 > Ftabel 3,09 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Penelitian Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil regresi linier berganda nilai koefisien positif maka Harga terhadap Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,408 berarti apabila Harga naik sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,408. Berdasarkan Uji Parsial (uji t) variabel Harga memiliki hasil nilai thitung > ttabel (6,427 > 1,661), yang artinya ada alasan kuat pada Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi (0.000 < 0.05), jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil regresi linier berganda memiliki nilai koefisien positif maka Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,600 berarti apabila Kualitas Pelayanan naik sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,600. Berdasarkan Uji Parsial (uji t) variabel Kualitas Pelayanan memiliki hasil nilai thitung > ttabel (9,339 > 1,661), yang artinya ada alasan kuat pada Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi (0.000 < 0.05), jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil regresi linear berganda didapatkan persamaan Kepuasan Konsumen = - 0,125 + 0,408 X1 + 0,600 X2. Hasil perhitungan analisis model koefisien korelasi didapatkan angka koefisien korelasi R sebesar 0,965, yang berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel dependen dan variabel independen adalah sangat kuat karena angka tersebut karena angka tersebut berada pada interval 0,80-1,00. Hasil perhitungan analisis model koefisien determinasi di atas dapat diartikan bahwa angka R Square sebesar 0,931 atau sama dengan 93,1%, hal tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 93,1% pengaruh Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan,

sedangkan sisanya sebesar 6,9% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji simultan maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} 630.208 < F_{tabel} 3,09$ dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta. Dari hasil analisis data pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan persamaan kepuasan konsumen = $-0,125 + 0,408 X_1 + 0,600 X_2$. Hasil perhitungan analisis model koefisien korelasi didapatkan angka koefisien korelasi R sebesar 0,965, yang berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel dependen dan variabel independen adalah sangat kuat karena angka tersebut berada pada interval 0,80-1,00.
- b. Berdasarkan hasil Uji t terdapat pengaruh signifikan harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Membeli Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} (6,427 > 1,661)$, kesimpulannya Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- c. Berdasarkan hasil Uji t terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh Kepuasan Konsumen Membeli Kopi Kenangan Cabang SPBU Hang Lekir Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (9,339 > 1,661)$, kesimpulannya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andi Muhammad Irfan, (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Takzia), Vol. 9 No. 2, Desember 2018 p-ISSN: 2087-2178, e-ISSN: 2579-6453.
- [2] Tyas Kurniawati, Bambang Irawan, Adi Prasodjo. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. (Universitas Jember), Vol. VI (1) : 147-154, ISSN : 2355-4665.
- [3] Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan, Ferdy Roring, (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manad. (Universitas Sam Ratulangi), Vol. 6, No. 4 (2018) ISSN 2303-1174.
- [4] Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- [5] Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).
- [6] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- [7] Istijanto (2009:113). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama .
- [8] Triyadi Triyadi, Rizka Wahyuni Amelia, Abdul Khoir. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro. (Universitas Pamulang), Vol 3, No 4 (2021): Jurnal Ekonomi Efektif.