

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Cafe Jalan Kekopi Cibadak-Sukabumi)

SKRIPSI

ANNISA SULISTIYANI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
JULI 2023**

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Cafe Jalan Kekopi Cibadak-Sukabumi)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

ANNISA SULISTIYANI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI**

JULI 2023

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Café Jalan Kekopi Cibadak-Sukabumi)

NAMA : ANNISA SULISTIYANI

NIM : 20190080148

“saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 23 Juli 2023



ANNISA SULISTIYANI

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (studi cafe jalan kekopi cibadak-sukabumi)

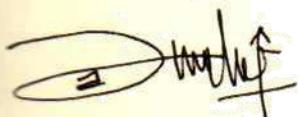
NAMA : ANNISA SULISTIYANI

NIM : 20190080148

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 23 Juli 2023 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 23 Juli 2023

Pembimbing I



Andri Ardhiyansyah, M.B.A

NIDN. 0428049204

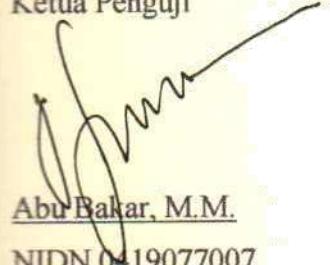
Pembimbing II



M. Andri Juniansyah, M.M

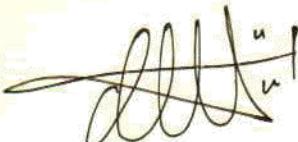
NIDN. 0402068703

Ketua Penguji



Abu Bakar, M.M.
NIDN. 0419077007

Ketua Program Studi Manajemen



Agung Maulana, M.A
NIDN. 0412089501

Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

CSA. Teddy Lesmana, S.H, M.H.

NIDN. 0414058705

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayahanda, Ibu tercinta dan Kaka saya, terima kasih yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan dan pilihan dalam hidup saya serta tidak pernah putus mendoakan saya, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini. sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Kalian sangat berarti bagi saya.”

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulit kita, yang meraka ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-baqarah, 2: 286)

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui harga, kualitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan *Teknik sampling* yaitu suatu metode atau teknik yang dapat dilakukan untuk menentukan ukuran sampel dan teknik *nonprobability sampling* pada penelitian ini digunakan untuk tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Jalan Kekopi sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil hipotesis menggunakan uji F, menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) di Cafe Jalan Kekopi, terbukti dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linier berganda layak sebagai model penelitian. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena tingkat signifikansi $> 0,05$. Dari hasil variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena tingkat signifikansi $> 0,05$. Dari hasil Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen karena tingkat signifikansi $< 0,00$. Cafe Jalan Kekopi diharapkan dapat mempertahankan kepuasan konsumen atas semua aspek harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kata kunci : Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen

ABSTRAC

The research objective was to determine price, quality, service quality on consumer satisfaction. This study uses a survey method with a quantitative approach. The technique used The sampling technique is a method or technique that can be used to determine sample size and the non-probability sampling technique in this study was used not to provide equal opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample. Purposive sampling is a sampling method that takes into account certain factors. The sample in this study was the Consumer Cafe on Jalan Kekopi with 100 respondents. Based on the results of the hypothesis using the F test, it shows that there is a simultaneous influence of the independent variables Price (X1), Product Quality (X2) and Service Quality (X3) on the dependent variable consumer satisfaction (Y) at Cafe Jalan Kekopi, as evidenced by a significance level of $0.00 < 0.05$. This can be interpreted that the multiple linear regression model is feasible as a research model. From the results of this study it is known that price does not have a positive and significant influence on consumer satisfaction because the significance level is > 0.05 . From the results of the product quality variable does not have a positive and significant influence on consumer satisfaction because the significance level is > 0.05 . From the results of Service Quality there is a positive and significant influence of service quality on customer satisfaction because the significance level is < 0.00 . Cafe Jalan Kekopi is expected to maintain customer satisfaction on all aspects of price, product quality and service quality.

Keywords: Price, product quality, service quality, consumer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan proposal penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (studi cafe jalan kekopi cibadak-sukabumi) “.

Penyusunan laporan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Nusa Putra Fakultas Bisnis dan Humaniora. Penyusunan dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak.

Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala anugerah dan kasih karuniaNya yang begitu melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si., MM. selaku Rektor Universitas Nusa Putra;
3. Bapak Agung Maulana, M.A selaku ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Andri Ardhiyansyah, M.B.A dan M. Andri Juniansyah, M.M selaku dosen pembimbing, terima kasih telah membantu dan membimbing selama penelitian maupun dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Manajemen yang ikhlas, memberikan ilmu dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.
6. Manajer *Cafe Jalan Kekopi* yang telah memberikan bantuan administrasi dan pengumpulan data.
7. Bapak Saepul Alam dan Ibu Solihat sebagai orang tua penulis tercinta, serta kakak terkasih dukungan, doa, serta moral yang selalu mengiringi langkah saya selama menempuh perkuliahan yang senantiasa memberikan motivasi baik secara moral maupun material dan memberikan nasihat yang tak henti-hentinya kepada penulis selama proses penulisan skripsi hingga terselesaiannya skripsi ini.
8. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terkasih Amdan, Ayu, Vivi, Dinda, Hasni, Nira dan Mega yang selalu memberikan dukungan, tempat berdiskusi, dan berbagi cerita. serta rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 Jurusan Manajemen khususnya kelas C tanpa terkecuali yang telah bersama-sama penulis menjalani masa-masa perkuliahan, atas sumbangan saran dan motivasinya yang telah memberi pelangi dalam hidup penulis selama ini.

Semoga persaudaraan kita tetap abadi untuk selamanya.

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung memberi dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
10. Kepada pemilik NIM 20190010082 yang selalu menemani dan memberikan semangat disetiap langkah perjalanan menyusun skripsi ini.

Walaupun demikian, dalam penyusunan laporan penelitian ini, peneliti menyadari masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini.

Sukabumi, 23 Juli 2023

Penulis



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANNISA SULISTIYAN

NIM : 20190080148

Program Studi : Manajemen

Jenis karya : Skripsi

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Café Jalan Kekopi Cibadak-Sukabumi)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Dibuat di Sukabumi : 23 Juli 2023

Pada tanggal : 23 Juli 2023

Yang menyatakan :



ANNISA SULISTIYANI

DAFTAR ISI

SKRIPSI

SKRIPSI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAC	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Batasan masalah	7
1.6 Manfaat penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Harga	9
2.2 Kualitas Produk	10

2.3 Kualitas Pelayanan.....	10
2.4 Kepuasan Konsumen.....	11
2.5 Penelitian Terdahulu.....	12
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.6.1 Harga pada Kepuasan Konsumen.....	15
2.6.2 Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen	16
2.6.3 Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen	17
2.6.4 Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen.....	17
2.7 Kerangka Berpikir Peneliti.....	18
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	19
3.2 Profil Lembaga.....	19
3.3 Metode Penelitian.....	20
3.3.1 Variabel-variabel Penelitian	20
3.3.2 Definisi operasional	20
3.3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.5 Instrumen penelitian	26
3.3.6 Teknik pengumpulan data.....	26
3.4 Teknik analisis data	27
3.4.1 Metode pengujian instrumen penelitian	27
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.4.3 Analisis Regresi Berganda.....	29
3.4.4 Uji Hipotesis	29
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31

4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per-Bulan	35
4.3 Distribusi Jawaban Responden	35
4.3.1. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Item Pernyataan Variabel Harga (X1)	36
4.3.2. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Item Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X2)	37
4.3.3. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Item Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	38
4.3.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Item Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	39
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	41
4.4.1. Uji Validitas.....	41
4.4.2 Uji Reliabilitas	42
4.4.3 Uji Asumsi Normalitas	43
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	44
4.4.4 Uji Multikolinieritas.....	44
4.4.5 Uji Heterokedastisitas	45
4.4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.4.7 Uji Simultan (Uji F)	47
4.4.8 Uji Parsial (Uji T)	48
4.4.9 Koefisien Determinasi (R2)	49
4.5 Pembahasan Penelitian	50
BAB V	53

KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	53
C. Keterbatasan Penelitian	54
LAMPIRAN	55
LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian	55
LAMPIRAN 2. Data Pengunjung	60
LAMPIRAN 3. Gambar Pengunjung Setiap Hari Kerja dan Hari Libur	60
LAMPIRAN 4. Data Penelitian	61
Daftar Pustaka	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Menu Dan Harga Café Jalan Ke Kopi.....	3
Gambar 1.2 Kualitas Pelayanan Café Jalan Ke Kopi.....	4
Gambar 1.3 Ruangan Tidak Ber Ac Di Café Jalan Ke Kopi.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	18
Gambar 3.1 Café Jalan Ke Kopi Di Siang Hari.....	19
Gambar 3.2 Peta Lokasi Café Jalan Ke Kopi.....	20
Gambar 4.1 Kuesioner Google From.....	31
Gambar 4.2 Data Yang Di Peroleh Dari Kuesioner.....	32
Gambar 4.3 Grafik P-Plot.....	43
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Café jalan ke kopi.....	5
Tabel 3.1 Item Pertanyaan Variabel Harga.....	21
Tabel 3.2 Item Pertanyaan Variabel Kualitas Produk.....	22
Tabel 3.3 Item Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan.....	22
Tabel 3.4 Item Pertanyaan Variabel Kepuasan Konsumen.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	35
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Harga.....	36
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	37
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Konsumen.....	39
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Harga.....	41
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	42
Tabel 4.14 Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.17 Uji Hetetoskedastisitas.....	45
Tabel 4.18 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.19 Uji Simultan.....	47
Tabel 4.20 Uji Parsial.....	48
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini sebagian besar masyarakat yang tinggal di perkotaan sedang mengalami perubahan gaya hidup seiring dengan evolusi gaya hidup mereka. Perilaku seseorang termasuk bagaimana mereka hidup menghabiskan uang dan waktu mereka, disebut sebagai gaya hidup yang mereka jalani (Volkers, 2019). Kegiatan, minat dan pendapat seseorang sering digunakan untuk menggambarkan gaya hidup. Gaya hidup yang sedang populer pada saat ini adalah kebiasaan sebagian orang menghabiskan waktu di *café* atau kedai kopi atau sering disebut dengan *hang out*. (Purnamasari, 2018)

Di Indonesia, minum kopi bukan hanya sebagai gaya hidup, tetapi juga kegiatan lain seperti rapat, tugas dan hal lain yang bisa dilakukan di kedai kopi. Menurut seorang pakar di bidang pemasaran mengungkapkan bahwa “Saat ini kopi lebih dari sekedar cara untuk menghilangkan rasa kantuk, akan tetapi bagian dari gaya hidup di mana kedai kopi sekarang menjadi tempat nongkrong sangat populer” (Darmawan, 2018). Cara hidup seperti ini sejalan dengan kepribadian orang Indonesia yang suka berkumpul. Warung kopi atau kedai kopi sudah menjadi hal yang mengubah cara hidup masyarakat Indonesia, khususnya di beberapa wilayah Indonesia. Karena hal itu kedai kopi berupaya untuk dapat mengoptimalkan produktivitas dan memiliki suasana yang membuat pelanggannya merasa nyaman, maka tidak heran jika rutinitas menikmati kopi sambil menyelesaikan pekerjaan dengan mitra bisnis atau mengobrol dengan teman sambil menyeruput kopi menjadi kebiasaan baru. Kopi sekarang lebih dari sekedar cara untuk menghilangkan rasa kantuk, tapi bagian dari gaya hidup saat ini kedai kopi merupakan tempat yang populer untuk bertemu atau bergabung dalam satu kelompok (Darmawan, 2018).

Sebelum film Filosofi Kopi dirilis dan ditayangkan bahwa hanya sebagian kecil masyarakat yang rutin meminum kopi. Namun, sejak saat itu mengonsumsi kopi meningkat dan bergerak cepat dari berbagai orang dimulai dari kelas bawah hingga kelas atas (Darmawan, 2018). Hal ini menyebabkan pergeseran budaya dari praktik individu, gaya mengonsumsi kopi juga merupakan suatu apresiasi yang tumbuh terhadap produk lokal Indonesia, khususnya biji kopi. Berkembangnya kedai kopi di perkotaan merupakan indikasi dari sifat konsumtif masyarakat Indonesia serta pengaruh dari budaya luar Indonesia dan sifat konsumtif masyarakat Indonesia, oleh sebab itu penduduk perkotaan mengonsumsi kopi lebih banyak daripada penduduk pedesaan (Darmawan, 2018).

Sejarah kopi, dari awal mula biji kopi hingga diperjual belikan. Menurut (Risnandar, 2019) tanaman kopi berasal dari wilayah Afrika kuno yang dikenal dengan nama Abyssinia, yang meliputi Ethiopia dan Eritrea. Bangsa Arab adalah orang pertama yang menguasai kopi dan membuat kopi menjadi minuman. Karena iklim di Eropa tidak cocok untuk menanam kopi, orang Eropa memulai perkebunan kopi sendiri di koloni mereka yang tersebar di seluruh dunia, pada awal abad ke-17. Orang Eropa sanggup untuk mengalahkan orang Arab dalam membuat kopi. Di Indonesia Pulau Jawa yang dikembangkan oleh Belanda merupakan salah satu pusat produksi kopi dunia, kopi Jawa telah mendominasi pasar kopi global untuk jangka waktu tertentu dan saat ini secangkir kopi lebih terkenal dengan sebutan *Cup of Java*. (Darmawan, 2018). Maka dari itu kualitas kopi sangat berpengaruh pada kepuasan dan kenikmatan konsumen meminumnya.

Kepuasan konsumen selalu menjadi suatu perhatian setiap perusahaan khususnya dalam bidang kuliner menjalankan bisnisnya, saat ini banyak perusahaan kuliner yang semakin memahami pentingnya kepuasan konsumen serta menyusun strategi untuk menghasilkan kepuasan konsumen sebagai sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan evaluasi setelah membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa dan persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan bersaing demi kepuasan konsumennya. (Sukmawati, 2018)

Menurut (Sukmawati, 2018) Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kenyamanan, khususnya di industri makanan benar-benar memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen hal ini menimbulkan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Menurut Fitness for Use, suatu produk dapat dianggap berkualitas jika sesuai dengan tujuan penggunaannya kualitas subyektif dari produk adalah sesuatu yang memenuhi selera seseorang. Menurut pemahaman seorang produsen bahwa kualitas dapat dipahami sebagai fisik dan kepatuhan terhadap kesesuaian spesifikasi produsen dengan persyaratannya. Pelanggan harus menjadi fokus utama pada kualitas. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan adalah hal utama untuk suatu kualitas yang memuaskan. Sifat dari kualitas yaitu kompleks artinya yang meliputi produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Hal tersebut untuk memuaskan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan merasa suka bahkan sangat puas setelah membeli produk.

Menurut (Sukmawati, 2018) Selain kualitas produk, setiap perusahaan pesaing khususnya di bidang kuliner harus memperhatikan kebijakan harga, harga adalah sejumlah nilai

yang diminta konsumen atas suatu produk atau jasa agar mendapatkan keuntungan dari memiliki dan menggunakan produk atau jasa tersebut. (Adi, 2012) Harga tergantung kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai aspek murah atau mahalnya harga suatu barang atau jasa sangat relatif, bisnis selalu memeriksa harga yang ditetapkan oleh pesaing untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.



Gambar 1.1 Menu dan Harga Café Jalan Kekopi

Sumber: Café Jalan Kekopi 2023

Dari gambar 1.1 menjelaskan bahwa menu yang beragam, dan harga yang relatif untuk kalangan menengah ke bawah, *Café Jalan Kekopi* mempunyai menu favorit dari *coffee* nya yaitu Esko Aren serta Esko Butterscotch dan dari Non *Coffe* nya yaitu Lychee Tea. Kompetisi pada bisnis yang semakin ketat khususnya dibidang kopi, *Café Jalan Kekopi* harus mampu mempertahankan pelanggan dan bisnisnya, yang dilakukannya dengan meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan produk-produk baru.

Selain meningkatkan kualitas produk, maka seorang barista juga dapat meningkatkan kualitas layanan untuk menjamin kepuasan pelanggan. Hal ini penting karena akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Maka bisnis ini akan mendapatkan keuntungan dari kualitas layanan yang tinggi. Menurut (Darmawan, 2018) mengatakan bahwa pada kualitas pelayanan akan lebih dominan pada konsumen, pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memuaskan harapan pelanggan dalam segala hal.

Kualitas yang buruk menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan mempengaruhi orang lain, konsekuensinya adalah kekecewaan yang disebabkan oleh konsumen yang menceritakan setidaknya 15 orang lain tentang kekecewaannya. (Suatmodjo & Angelin, 2017).



Gambar 1.2 Kualitas Pelayanan di Café Jalan Kekopi

Sumber: Google Maps 2023

Nusa Putra

Pada gambar 1.2 di mana keluhan konsumen *online driver* dari segi daya tanggap kurang tanggap dalam melayani permintaan konsumen, memberikan pesanan konsumen dan membuat konsumen menunggu terlalu lama. Begitu pula ketika terdapat pesanan *online driver* bisa menunggu hampir setengah jam dari waktu perkiraan. Kemampuan penyedia pelayanan untuk membantu konsumen segera menanggapi permintaan konsumen disebut sebagai daya tanggap. Selain kecepatan penyampaian layanan, daya tanggap mencakup kesediaan penyedia layanan atau karyawan untuk membantu konsumen.

Pelayanan yang diberikan oleh Café Jalan Kekopi belum maksimal. Tidak hanya *online driver* beberapa konsumen mengeluhkan kecepatan pelayan Café Jalan Kekopi dalam mengantarkan pesanan ke konsumen. Pelayan lama dalam menyajikan makanan yang di pesan oleh konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen hanya menghabiskan waktu untuk menunggu.



Gambar 1.3 Ruangan tidak ber-AC di Café Jalan Kekopi

Sumber: Café Jalan Kekopi

Pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa kurangnya ruangan ber-AC dan tidak ada ruangan VIP, penampilan fisik lainnya yaitu fasilitas pelayanan, sumber daya manusia, peralatan dan perlengkapan serta materi komunikasi perusahaan merupakan sebuah bukti fisik perusahaan.

Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa kurang optimalnya kualitas layanan dari *Café* Jalan Kekopi. Kualitas produk dan layanan adalah dua aspek kepuasan konsumen yang perlu dievaluasi kembali mengingat besarnya dampaknya terhadap konsumen dan fakta bahwa mereka masih belum dapat mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

Kepuasan dimaksudkan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian dan mendorong calon konsumen untuk mengunjungi kedai kopi dan menjadi konsumen tetap mereka sendiri. Karena konsumen menggunakan kepuasan ini sebagai cara untuk membandingkan hasil yang mereka dapatkan dengan harapan mereka, kedai kopi sangat memperhatikannya. Konsumen akan lebih cenderung untuk kembali ke kedai kopi, dan memberi mereka tingkat kepuasan ini bahkan dapat mendatangkan konsumen baru.

Tabel 1.1 Data Pengunjung di *Café* Jalan Kekopi Tahun 2023

Priode	Bulan	Jumlah Pengunjung
2022	Januari	1276
	Februari	1201
	Maret	1279
	April	836
	Mei	1002
	Juni	1202
	Juli	1305
	Agustus	1203
	September	1234
	Oktober	1316
	November	1207
	Desember	1308
2023	Januari	1263
	Februari	1158
	Maret	984
	April	701
	Mei	1283

Sumber: Café Jalan Kekopi 2023

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah konsumen *Café* Jalan Kekopi mengalami instabilitas setiap bulan. Pada bulan April 2022 dan Maret-April 2023 mengalami jumlah penurunan konsumen, disebabkan karena pada bulan April memasuki bulan Ramadan,

sehingga jam operasional hanya beroperasi dari jam 17.00 sampai 22.00 WIB, kemudian konsumen belum menemukan sesuatu yang membuat mereka puas pada produk yang disediakan di *Cafe* Jalan Kekopi. Perusahaan berusaha menemukan cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen karena mereka menyadari pentingnya kepuasan konsumen serta dampak kepuasan konsumen terhadap keuntungan. *Cafe* Jalan Kekopi yang menyediakan layanan makanan yang terus dituntut untuk meningkatkan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk guna meningkatkan jumlah konsumen juga memahami hal tersebut.

Cafe Jalan Kekopi merupakan salah satu kedai kopi kelas menengah di Kabupaten Sukabumi yang banyak diminati. Kedai kopi kelas menengah lainnya antara lain Pontis Kopi Halaman, Oma Suki, dan masih banyak lagi selain *Cafe* Jalan Kekopi selain itu, kedai kopi untuk konsumen kelas menengah ini menawarkan pilihan kopi nusantara yang lebih banyak dengan harga yang terjangkau. Hal ini tentunya membuat kebiasaan minum kopi menjadi lebih umum, tidak hanya di kalangan pekerja kantoran dengan penghasilan tetap, tetapi di antara semua orang. Remaja dan mahasiswa merupakan mayoritas konsumen *Café* Jalan Kekopi.

Setelah melakukan observasi langsung ke *Café* Jalan Kekopi, *Café* selalu ramai dikunjungi malam hari, terutama pada hari Sabtu dan Minggu. Tentu saja, jumlah konsumen ini mewakili banyak kesan dari pengalaman yang dihasilkan, seperti harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Usai wawancara dengan salah seorang karyawan *Café*, ia menjelaskan bahwa *Café* Jalan Kekopi berupaya memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen. Ia paham masih banyak kekurangannya, misalnya rasa makanan yang ditawarkan tidak selalu sama kadang enak tetapi terkadang hambar, penyajian produk antara di menu dengan yang disajikan terkadang berbeda, fasilitas yang ada terbatas bangunan restoran yang tidak terlalu luas dan jumlah karyawan terbatas sehingga waktu penyajian produk lama. Selain itu *Café* Jalan Kekopi juga tidak pernah melakukan survei terhadap harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melanjutkan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Café* Jalan Kekopi Kabupaten Sukabumi sehingga peneliti menetapkan untuk menulis penelitian ini berjudul **“Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus *Café* Jalan Kekopi).**

1.2 Rumusan Masalah

Pelayanan yang diberikan oleh Café Jalan Kekopi belum maksimal. Tidak hanya *online driver* beberapa konsumen mengeluhkan kecepatan pelayan Café Jalan Kekopi dalam mengantarkan pesanan ke konsumen. Pelayan lama dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen hanya menghabiskan waktu untuk menunggu. Pada segi bukti fisik kurangnya ruangan ber-AC dan tidak ada ruangan VIP. Dimana pada penyajian produk antara di menu dengan yang disajikan terkadang berbeda.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dengan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Jalan Kekopi*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Jalan Kekopi*?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Jalan Kekopi*?
4. Apakah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Jalan Kekopi*?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang adalah:

1. Untuk mengetahui harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan *Café Jalan Kekopi*.
2. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan *Café Jalan Kekopi*.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan *Café Jalan Kekopi*.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan di *Café Jalan Kekopi*.

1.5 Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka perlu dilakukan penyempitan topik yang dibahas dalam penelitian ini, penelitian ini berfokus pada harga, kualitas produk, kualitas

pelayanan dan kepuasan konsumen di *Café* Jalan Kekopi, alasan penelitian ini dipilih karena harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan wawasan yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang mempunyai topik penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini dapat memberikan sarana bagi peneliti untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan dan informasi tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. *Café* Jalan Kekopi

- Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemilik *Café* Jalan Kekopi agar dapat memperhatikan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

- Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dalam hal ini harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan dalam kepuasan konsumen karena konsumen lebih mengutamakan kualitas pelayanan.
- Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- Berdasarkan hasil hipotesis menggunakan uji F, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) di *Café* Jalan Kekopi. Terbukti dengan taraf signifikansi $0,00 < ; 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linier berganda dapat digunakan sebagai model penelitian.

B. Saran

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa masing-masing Dimensi harga kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ada yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dan ada yang tidak memiliki pengaruh. Adapun saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam hal ini *Café* Jalan Kekopi , maupun bagi pihak-pihak lain, sebagai berikut:

- Pihak ini *Café* Jalan Kekopi diharapkan dapat mempertahankan kepuasan konsumen atas semua aspek harga, terutama dalam hal yaitu Harga yang ditetapkan *Café* Jalan Kekopi.
- Pihak *Café* Jalan Kekopi diharapkan dapat mempertahankan kepuasan konsumen atas semua aspek kualitas pelayanan, terutama dalam hal kedisiplinan dan ketepatan pegawai.
- Pihak *Café* Jalan Kekopi diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen atas semua aspek kualitas produk, terutama dalam hal tampilan minuman agar lebih menarik.

C. Keterbatasan Penelitian

Untuk penelitian selanjutnya, ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya perlu mengatasi beberapa keterbatasan yang ada pada penelitian sebelumnya. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- Peneliti hanya melihat kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, sehingga dalam penelitian ini hanya dapat melaporkan sebesar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen *Cafe Jalan Kekopi*, sedangkan faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perlu bagi peneliti selanjutnya untuk mempelajari lebih lanjut variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti lokasi, promosi, *brand image* dan lain-lain.
- Penelitian ini hanya meneliti satu tempat kuliner. Sebaiknya apabila peneliti selanjutnya dapat direferensikan untuk menggunakan lebih dari satu tempat penelitian yang sejenis. Hal ini memungkinkan peneliti dapat mengetahui perbandingan pengaruh variabel yang digunakan antar tempat kuliner yang sejenis.



Daftar Pustaka

- Adi, A. F. R. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Semarang*, 1(3), 61.
- Anggar, K. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12–44.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Bernando Putra, I. (2022). *Skripsi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan “dari sansa coffee” di pekanbaru*. 154.
- Business, F. E., & Surabaya, U. C. (2013). *KONSUMEN KING CAKE*. 1, 50–51.
- Coker, C., Greene, E., Shao, J., Enclave, D., Tula, R., Marg, R., Jones, L., Hameiri, S., Cansu, E. E., Initiative, R., Maritime, C., Road, S., Çelik, A., Yaman, H., Turan, S., Kara, A., Kara, F., Zhu, B., Qu, X., ... Tang, S. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Transcommunication* (Vol. 53, Issue 1).
- <http://www.tfd.org.tw/opencms/english/about/background.html%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0A>
- Darmawan, I. (n.d.). *PELANGGAN (Studi Pada Kedai Kopi Kembang Kota Malang)*.
- Di, L., Efek, B., & Bei, I. (2017). *Pengaruh bid-ask spread, market value dan variance return terhadap holding period saham sektor pertambangan yang listing di bursa efek indonesia (bei) tahun 2011-2015*. 5(2014).
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
<https://doi.org/10.35794/emb.v6i3.20411>
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, &. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2), 66–88.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473.
<https://doi.org/10.35794/emb.v1i4.2923>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Iii, B. A. B. (2020). *Aisah Siti Nurjanah, 2020 PERAN GURU D ALAM MENGEMBANGKAN KETERAMPILAN RESOLUSI KONFLIK MELALUI PEMBELAJARAN IPS* Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu perpustakaan.upi.edu. 37–46.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2013). *Muslihah Fahma, 2021 PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BERDONASI* Universitas Pendidikan Indonesia I repository.upi.edu I perpustakaan.upi.edu.
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di

- Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 75–89.
- Jayanti, N. D. (2016). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 1–97.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. <http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku new.pdf>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Marpuang, M. V., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Kopi Massa Kok Tong Limming Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Mathematics, A. (2016). *濟無No Title No Title No Title*. 1–23.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Produk, P. K., Dan, K. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., Sam, U., & Manado, R. (2015). *THE*

INFLUENCE OF PRODUK QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICE. 15(05), 678–689.

- Purnamasari, R. D. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Pengunjung Kafe Terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kafe Sama-Sama, Bandar Jaya, Lampung Tengah). *Skripsi*, 1–92.
- Risnandar, C. (2019). Sejarah Kopi - Ensiklopedi Jurnal Bumi. In *Ensiklopedi Jurnal Bumi*.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Rusmiyanto. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Solikatun, D. T. K., & Demartoto, A. (2015). PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT KONSUMSI: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60–74.
- Suatmodjo, & Angelin, F. (2017). "P. *Agora*, 5(2), 1–2.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Telkom, U. (2021). *dan path analysis dengan software SPSS versi 24*. 8(6), 8523–8529.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.
<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>
- Volkers, M. (2019). No TitleΕΛΕΝΗ. *Aγαη*, 8(5), 55.

Wulandari, N. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, Skripsi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3 no 4, 59.

