

PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE SEGELAS KOPI BINUANG

Fahruji¹, Aida Vitria², Teguh wicaksono³

¹ Manajemen, 61201, fakultaas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19310177

² Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1123126801

³ Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1116028801

Email : fahrujifix@gmail.com / Telp : 081521737944

ABSTRAK

Fahruji, 2023, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Pembimbing I : Hj.Aida Vitria, Pembimbing II : Teguh Wicaksono

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Segelas Kopi Binuang. (2) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Segelas Kopi Binuang. (3) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Segelas Kopi Binuang. (4) apakah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Segelas Kopi Binuang

Metode dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cafe segelas Kopi Binuang yang berjumlah 200 selama tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu skala likert, dan diperoleh sampel sebanyak 57 responden. Sumber data diperoleh dari data primer dengan menyebarkan kuesioner dan data sekunder dengan observasi dan penelitian pustaka. Data yang didapat di analisis melalui analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis dengan melakukan uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t dengan bantuan software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan : (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Segelas Kopi Binuang (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Segelas Kopi Binuang (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Segelas Kopi Binuang. (4) Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersama sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, H. (2015). 10 prinsip kepuasan pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ismanto, J. (2020). Manajemen pemasaran. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D.J. (2017). Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sunyoto, D. (2019). Manajemen dan pengembangan sumber daya manusia. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan Mukmin, Peranan Fakultas Dakwah Sebagai Lembaga Dakwah Kampus (LDK) dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam di Wilayah Lampung, (Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, IAIN Raden Intan Lampung, 2014), h. 62
- Hermawan, Pri. (2015). "Kepuasan Pelanggan: Pentingnya Pengalaman Berinteraksi dengan Perusahaan." Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume XIX, Nomor 2, Halaman 45-62.
- Sujarweni, W. 2014 Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Gramedia Cawang. Jakarta
- Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2017). Economics. Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers. Sangadji, E.M. dan Sopiah 2013. Prilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Andi.
- Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 3
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke12. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi KeTujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta. Krisdayanto, I., Haryono, A.T., & Gagah, E. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan

Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management* Vol.4 NO 4 (2018).

Riyono dan Budiharja, Gigih Erlik. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati” dalam *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8.

Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV Qiara Media Partner.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Nurcholish, A., & Kurniawati, E. (2020). Analisis Marketing Mix Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Di Era Globalisasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 48-58.

Rosalina, Y., & Fitrianingrum, V. (2018). Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Fashion di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 5(1), 1-14.