

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI CAFÉ KUPI DATU  
BANJARBARU**

**Ahmad Maulidi Kurniawan<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Syahrani<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Kalimantan MAB**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh antara Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan yang diberikan Café Kupu Datu terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitiannya dengan prosedur penelitian formal yang berisi definisi yang jelas dari sasaran penelitian dan kebutuhan informasi. Untuk menjawab dan mencapai tujuan penelitian tersebut, maka akan digunakan analisis regresi. Analisis regresi adalah suatu metode statistika yang bertujuan untuk melihat arah hubungan dan besarnya pengaruh antar 2 atau lebih variabel dalam bentuk yang linear. Oleh karena itu, maka model penelitian dalam penelitian ini adalah  $Y = \alpha + \beta X + e$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ternyata variabel bebas yang memiliki beta terbesar adalah variabel Harga (X1) yaitu sebesar 0,659 atau sebesar 65,9%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Café Kupu Datu adalah variabel X1 (Harga) yaitu dengan koefisien regresi baku sebesar 0.659. Hasil pembuktian hipotesa pertama (H1) yaitu keputusannya menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang artinya uji F terhadap persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa, secara bersama-sama ketiga variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pada kepuasan konsumen Café Kupu Datu.

**Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan.**

**ABSTRACT**

*Ahmad Maulidi Kurniawan, NPM: 16310128. 2019. The Effect of Price, Promotion and Service Quality on Consumer Satisfaction in Café Kupu Datu Banjarbaru. Advisor I: Lamsah, Advisor II: Syahrani.*

*This study aims to study and analyze the Price, Promotion and Quality of services provided by Café Kupu Datu to customer satisfaction both partially and simultaneously.*

*This research is quantitative research. The research design uses formal research procedures that contain clear resolution of research objectives and information needs. To answer and achieve the research objectives, regression analysis will be used. Regression analysis is a statistical method aimed at looking at the direction of relationships and contributions between 2 or more variables in a linear form. Therefore, the research model in this study is  $Y = \alpha + \beta X + e$*

*The results showed that, the independent variable that had the largest beta was the Price variable (X1) which was 0.659 or 65.9%. Therefore it can be claimed as the variable that has the greatest importance to customer satisfaction Café Kupu Datu is the variable X1 (Price) with a standard regression coefficient of 0.659. The results of the first hypothesis (H1) are the decision to reject  $H_0$  and accept  $H_a$  which should test F for the regression regression obtained from this study shows these results, together with three price variables, promotion and service improvement related to customer satisfaction Café Kupu Datu.*

**Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Satisfaction.**

**PENDAHULUAN**

Menghadapi semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya dibidang kuliner yakni kopi, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan Café Datu yang berada di wilayah Banjarbaru perlu melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga yang menjadi

pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting antara lain yaitu kualitas pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

Pelayanan adalah faktor penting dan utama dalam sebuah usaha dibidang kuliner, di mana para pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik akan tetapi para pelanggan akan pergi apabila pelayanan

yang diberikan tidaklah memuaskan. Selain itu dengan didukung fasilitas serta kualitas yang memenuhi syarat serta harga yang terjangkau, maka tentulah hal tersebut akan membuat konsumen merasa terpuaskan. Dengan adanya integrasi unsur-unsur tersebut tentu akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan informasi, membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Strategi promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Dalam menghadapi persaingan perusahaan memerlukan strategi promosi untuk dapat memperkenalkan produknya dan menarik perhatian konsumen. Promosi sangat penting untuk keberhasilan pemasaran. Kegiatan promosi, bagi banyak perusahaan, merupakan kegiatan investasi yang sangat kritis melalui kegiatan pemasaran. Tanpa promosi maka konsumen akan sulit untuk mengetahui produk yang dijual oleh perusahaan. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk, yaitu melalui periklanan yang kemudian diikuti dengan kegiatan promosi lainnya, diantaranya *personalselling*, promosi penjualan, dan publisitas.

Promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Promosi yang tepat akan meningkatkan minat beli konsumen. penetapan harga yang sesuai dengan segmentasi dan sasaran pasar yang dituju. Para pelaku usaha perlu melakukan aktifitas promosi yang tepat dan penetapan harga yang sesuai, sehingga mampu menarik minat beli konsumen. Atas permasalahan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga,**

## **Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kopi Datu Banjarbaru”.**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitiannya dengan prosedur penelitian formal yang berisi definisi yang jelas dari sasaran penelitian dan kebutuhan informasi. Untuk menjawab dan mencapai tujuan penelitian tersebut, maka akan digunakan analisis regresi.

### **PEMBAHASAN HASIL ANALISIS**

Dari hasil analisis yang dilakukan, diperoleh bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan dan perubahannya berubah searah dengan kepuasan pelanggan. Artinya jika tingkat Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan yang dirasakan makin tinggi, maka mengakibatkan makin tinggi juga kepuasan pelanggan atau konsumen Café Kopi Datu.

Persamaan regresi yang didapat dari hasil analisis tersebut adalah:

$$Y = 1,554 + 0,659 X_1 + 0,127 X_2 + 0,526 X_3 + e$$

Untuk melihat dominasi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya, maka bisa dilihat koefisien beta (koefisien regresi baku). Nilai koefisien regresi baku antar variabel bebas dapat dibandingkan, karena nilainya telah distandarisasi sehingga variabel bebas yang memiliki koefisien regresi baku yang lebih besar, berarti akan memberi pengaruh yang lebih besar pula pada variabel terikatnya.

Hasil pengolahan data penelitian ini, ternyata variabel bebas yang memiliki beta terbesar adalah variabel Harga ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,659 atau sebesar 65,9%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Café Kopi Datu adalah variabel  $X_1$

(Harga) yaitu dengan koefisien egressi baku sebesar 0.659.

Hasil pembuktianhipotesa pertama(H1) yaitu keputusannya menolak H<sub>0</sub> dan menerima H<sub>a</sub> yang artinya uji F terhadap persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa, secara bersama-sama ketiga variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pada kepuasan konsumen Café Kupu Datu.

Implikasi hasil uji F bagi Café Kupu Datu jika mereka akan meningkatkan kepuasan konsumennya perlu menekankan pada tiga faktor tersebut yaitu berturut-turut harga, promosi dan kepuasan konsumen. Hal ini harus dilakukan secara terus menerus (*continues improvement*) dalam usaha untuk persaingan (kompetisi) yang semakin ketat antar pengusaha café-café yang sejenis.

Selain uraian diatas, dari uji T yang dilakukan guna pengujian H2, H3, H4, hasil yang diperoleh adalah sebagai untuk variabel X1, X2 dan X3 hasilnya signifikan karena T signifikannya lebih kecil dari 5% sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel X1, X2, X3, X4 DAN X5 signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Café Kupu Datu.

Implikasinya adalah jika pihak Café Kupu Datu ingin meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan kualitas pelayanannya, promosi dan harga yang ditawarkan maka harus memberikan perhatian yang lebih besar terhadap ketiga faktor tersebut yang telah disebut diatas, tentu saja dengan penekanan yang berbeda. Untuk mendukung keterangan diatas dapat juga kita lihat hasil R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) Regresi yaitu sebesar 0,508 artinya sebesar 50,8% variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari harga, promosi dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 49,2% kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model. Jadi model yang digunakan dianggap cukup signifikan.

### Tingkat Kepuasan Konsumen CaféKupu

#### Datu

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Café Kupu Datu terhadap setiap konsumen atau pelanggannya dapat kita lihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Tingkat Kepuasan Konsumen Café Kupu Datu**

Variabel	Skor*)										
	1		2		3		4		5		Total
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ
<b>Kepuasan Konsumen</b>	3	3%	9	9%	30	30%	47	47%	11	11%	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2019).

Keterangan: \*) Skor jenjang penilaian responden dari 1s/d 5

Dari tabel di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa konsumen Café Kupu Datu yang merasa puas atas pelayanan adalah 47% , Netral sebesar 30% sedangkan yang menjawab sangat puas sebanyak 11%, dan yang menyatakan tidak puas sebesar 9% dan

responden yang menjawab sangat tidak puas sebesar 3%.

Implikasi kondisi ini adalah mengingat pendekatan yang kita pergunakan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen Café Kupu Datu *User Based Approach*, maka kualitas bagi seseorang (konsumen adalah sama

dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya, oleh karena konsumen Café Kupa Datu berada pada tingkat puas dan netral (cukup puas) yang bisa juga diartikan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan Café Kupa Datu masih berada pada taraf cukup baik oleh karena itu perludilakukan perbaikan-perbaikan ketigavariabel tersebut.

## PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Diketahui bahwa variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Café Kupa Datu.
- 2) Variabel Harga (X1) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Café Kupa Datu.
- 3) Variabel promosi (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Café Kupa Datu.
- 4) Variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Café Kupa Datu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikkunto, Suharsimi., 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Edisi Revisi V, Jakarta: Rineka Cipta.
- Anogara, P. (2006). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agustyn, Renata Risskia. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo). Jurnal Universitas Diponegoro.
- Azahraty, Periyadi. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Di Kabupaten Murung Raya, Jurnal JIEB, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin.
- Basu Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: FE UGM.
- Ferrinadewi, Erna, 2005, *Atribut Produk Yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume Ketujuh, No. 2. September 2005.
- Ghozali, Imam H (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan dan Basu Swastha. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Irawan, Prasetya (2006), *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Ilmu – Ilmu Sosial*, Jakarta.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- M. Kuncoro (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Periyadi, etc all. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Prosiding Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sekaran, Uma (2000). *Research Methods for Business*. 3<sup>rd</sup> ed. New York : John Wiley & Sons
- Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi*

*dan Penelitian Pemasaran*, Penerbit  
Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sudarmanto, R. Gunawan. (2005), Analisis  
Regresi Linier Ganda Dengan SPSS  
Edisi Pertama. Cetakan Pertama.  
Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sekaran, U (2006). Metodologi Penelitian  
Untuk Bisnis. Edisi Kedua. Jakarta :  
Salemba Empat.