

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE MADANI BUMDES RAMBIPUJI**

**Nur Aini Ariqoh Ummah<sup>1\*</sup>, Bayu Wijayanti<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

\*E-mail Penulis Korespondensi: [uainy11@gmail.com](mailto:uainy11@gmail.com)

**ABSTRAK**

Kepuasan konsumen menjadi sasaran utama bagi setiap perusahaan agar mampu bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Madani Bumdes Rambipuji dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 50 orang responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Saran dalam penelitian ini adalah agar perusahaan menerapkan strategi untuk menjamin kepuasan konsumen dengan melihat faktor kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

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

**ABSTRACT**

Customer satisfaction is the main target for every company to be able to survive in the midst of very tight competition. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and service quality on consumer satisfaction at Cafe Madani Bumdes Rambipuji. The population in this study were all consumers of Cafe Madani Bumdes Rambipuji with a set sample of 50 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it was found that product quality, price and service quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction at Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Suggestions in this study is for companies to implement strategies to ensure customer satisfaction by looking at the factors of product quality, price and service quality.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

diterima	24 Desember 2021	direview	11 April 2022	diterbitkan	26 April 2022
----------	------------------	----------	---------------	-------------	---------------

**I. PENDAHULUAN**

Beberapa tahun belakangan ini di tahun yang modern ini perkembangan masyarakat meningkat mulai dari sisi teknologi, budaya dan perekonomian.

Masyarakat yang modern ini mempunyai dampak dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seperti berubahnya gaya hidup. Berubahnya gaya hidup masyarakat ini membuat mobilitas

semakin tinggi sehingga membuat masyarakat menghabiskan waktu lebih banyak menu makanan, tempat yang di anggap nyaman, harga yang ekonomi dan juga pelayanan yang nyaman seperti cafe.

Bisnis cafe di daerah sangatlah menjamur, banyaknya persaingan antar cafe sangatlah ketat, tidak jarang cafe gulung tikar karena pelanggan yang hilang. Besarnya minat masyarakat dan banyaknya pesaing yang ada membuat setiap cafe berusaha memberikan pengalaman yang baik pada pelanggan yang berkunjung. Ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik sebelumnya, pelanggan hampir tidak memerlukan pertimbangan lagi untuk kembali menggunakan layanan cafe tersebut. Pengalaman baik yang dialami pelanggan mengindikasikan bahwa cafe tersebut berhasil menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut yang nantinya mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang pernah pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang pernah pelanggan gunakan sebelumnya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2007:177) perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Kinerja yang dirakasan oleh pelanggan tidak puas berarti kinerja di

bawah harapan pelanggan. Beberapa faktor yang harus di perhatikan oleh usaha penyajian makanan agar pelanggan mendapat kepuasan antara lain kualitas produk, harga oleh penyaji makanan terhadap konsumen.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Prasastono & Pradapa 2012). Dilihat dari penjelasan di atas bahwa kualitas produk mempunyai peranan utama dalam pemilihan konsumen dalam memilih produk dan juga bisa menarik pelanggan. Kualitas produk seringkali kita lihat beberapa makna seringkali di nilai konsumen, dan hanya penilaian saja kualitas produk membuat pelanggan merasa puas. Kembalinya konsumen menikmati makanan atau sajian salah satunya kualitas produk yang di tawarkan apakah sesuai keinginan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen, peneliti memperoleh informasi bahwa produk dari cafe ini pada dasarnya cukup sangat sederhana karena cafe tersebut hanya menyediakan produk atau menu makanan seperti bakso dan mie goreng sedangkan minuman seperti teh dan kopi.

Harga juga merupakan faktor yang penting untuk mengukur kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Amstrong (2001) dalam Adi (2012), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa dengan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat karena memiliki dengan menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam segi harga, peneliti melakukan wawancara pada beberapa konsumen cafe Madani

Rambipuji berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan bahwa konsumen masih terjangkau murah dan cocok dengan kantong pelajar.

Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas. Menurut Mahmoedin (2010) dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Suwarsito, 2020). Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen cafe Madani Rambipuji sangat baik dan ramah kepada pelanggan yang hendak untuk memesan.

Dari uraian di atas penelitian ini lebih memfokuskan pada kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dari Cafe Madani Bumdes Rambipuji dan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang telah berkunjung di Cafe Madani sehingga berdasarkan latar belakang tersebut mengangkat topik “KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE MADANI BUMDES RAMBUPUJI.”

Berdasarkan pemaparan pada bagian sebelumnya, maka rumusan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan

konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji?

2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji?
4. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji?

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji serta mengetahui pengaruh yang signifikan dari pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji, dan juga mengetahui pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Maupun untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Dan untuk mengetahui manakah variabel yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada kepuasan konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji.

Hipotesis Penelitian:

H1 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

**II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Cafe Madani Bumdes Rambipuji yang terletak di Jl. Gajah Mada No. 139, Krajan, Rambipuji, Kec Rambipuji, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68152. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 20-22 November 2021. Populasi pada penelitian ini menggunakan semua pelanggan atau konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling* dimana teknik ini berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat penelitian berlangsung dan dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono 2012:96).

Berdasarkan pernyataan tersebut penulis menghitung jumlah sampel dengan hasil sebesar 50 pelanggan, menggunakan metode skala likert.

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dengan menggunakan kuesioner kepada responden melalui *Google Form* dalam jangka waktu 1 bulan dan menggunakan SPSS untuk mengolah data primer, pengukuran pengaruh variabel menggunakan uji normalitas, hipotesis dan lain-lain.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Uji Validitas**

Menurut Suliyanto (2006,149) hal ini instrumen tersebut adalah kuesioner. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dianggap yaitu valid yaitu jika memenuhi syarat  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha$  0,05. Suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikansinya  $>0,05$

dan sebaliknya jika nilai signifikansinya  $<0,05$  maka butir pernyataan dikatakan tidak valid. Diketahui bahwa untuk jumlah sampel sebanyak 50 responden pada taraf signifikan 0,05 diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,279.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Correlations				
	y1.1	y1.2	y1.3	ytota l
y1.1 Pearson Correlation	1	,877*	,844*	,957*
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	50	50	50	50
y1.2 Pearson Correlation	,877*	1	,839*	,950*
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	50	50	50	50
y1.3 Pearson Correlation	,844*	,839*	1	,942*
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	50	50	50	50
ytotal Pearson Correlation	,957*	,950*	,942*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	50	50	50	50

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**B. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji Reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's*

*Alpha* masing-masing variable lebih besar 0,6 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

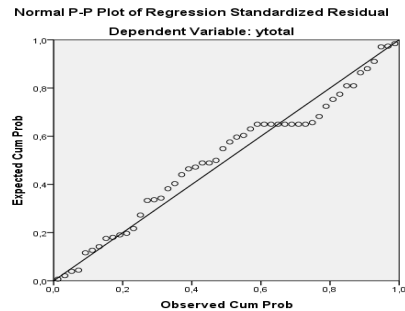
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	$r_{t_{tabel}}$	Keterangan
Kualitas Produk	0,796	0,6	<b>Reliabel</b>
Harga	0,762	0,6	<b>Reliabel</b>
Kualitas Pelayanan	0,917	0,6	<b>Reliabel</b>
Kepuasan Konsumen	0,819	0,6	<b>Reliabel</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya butir pernyataan (20 item) dari masing-masing variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

**C. Uji Normalitas**

Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali,2006)



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

**D. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan yang linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel bebas atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya di dalam sebuah model regresi. Hasil pengujian Multikolinieritas pada responden penelitian didapat bahwa nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinieritas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0,137	7,306	Non Multikolinieritas
Harga (X2)	0,137	7,319	Non Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,355	2,817	Non Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai VIF <10. Kualitas Produk (X1) sebesar 7,306, harga (X2) sebesar 7,219, kualitas pelayanan (X3) sebesar 2,817. Sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi

multikolinearitas karena nilai VUF kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinieritas.

**E. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan sebagai penguji apakah

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Harga	1,000	Tidak ada heteroskedastisitas
Harga	1,000	Tidak ada heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	1,000	Tidak ada heteroskedastisitas

dalam sebuah model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain jika tetap maka disebut homokedastisitas dan bila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikan < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas, jika sebaliknya nilai signifikansi ≥ 0,05 maka terjadi homokedastisitas (Muhson, 2012:26).

Sehingga diperoleh hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**F. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah alat analisis Regresi Linier Berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Y). Dengan variabel Y adalah pendapatan pedagang pasar tradisional Wates.

Yang mana variabel independen X1 adalah kualitas produk, X2 adalah harga, X3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,378	,860		-,440	,662
X1	,176	,091	,330	1,933	,059
X2	-,249	,118	-,378	2,112	,040
X3	,423	,067	,946	6,285	,000

a. Dependent Variable: Y

adalah kualitas pelayanan. Adapun hasil uji regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS *for windows* maka didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = -0,378 + 0,176X_1 + -0,249X_2 + 0,423X_3$$

Tabel 5. Hasil OLS

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai *constant* sebesar -0,378 menunjukkan bahwa nilai kepuasan konsumen akan sama dengan -0,378 jika nilai kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) sama dengan 0.
2. Koefisien kualitas produk (X1) sebesar 0,176 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas produk akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,176 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kepuasan akan menurun kepuasan sebesar 0,176 dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) konstan atau tetap.
3. Koefisien harga (X2) sebesar -0,249 (negatif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas produk akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar -0,249 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kepuasan akan menurun kepuasan sebesar -0,249 dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) konstan atau tetap.
4. Koefisien kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,423 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas produk akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,423 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kepuasan akan menurun

kepuasan sebesar 0,423 dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) konstan atau tetap.

#### G. Uji T (Uji secara parsial)

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2011:193-194), uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel secara individu.

$$\begin{aligned}t \text{ tabel} &= t (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t (0,05/2 ; 503-1) \\ &= t (0,025 ; 46) \\ &= 0.67986\end{aligned}$$

#### H. Uji F (Uji bersama-sama)

Tujuan diadakan Uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel *terikat* secara simultan. Tabel distribusi F dicari pada  $\alpha = 5\%$ , dengan derajat kebebasan (df) df 1 atau  $4 - 1 = 3$ , dan df 2  $n-k-1$  atau  $63-3-1= 59$ .

$$\begin{aligned}f \text{ tabel} &= f (k ; n-k) \\ F \text{ tabel} &= f (k ; n-k) = f (3 ; 50-3) \\ &= f (3 ; 47) = 2,80\end{aligned}$$

Berdasarkan uraian tersebut bahwa ada hubungan positif signifikan antara variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dalam melakukan kepuasan konsumen Cafe Bumdes Madani Rambipuji. Dengan demikian secara simultan terdapat pengaruh secara signifikan variabel X yang terdiri dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dalam variabel Y kepuasan konsumen Cafe Bumdes Madani Jember.

#### I. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai koefisien determinasi / R<sup>2</sup> berada pada rentang angka nol (0)

dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,910 <sup>a</sup>	,828	,817	1,32806

a. Predictors: (Constant), X3., x1., X2

Sumber: Data primer, diolah dengan SPSS 22

Dari output diatas, didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,817 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 81,7%

## J. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil yang di dapat dalam analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara silmutan diketahui bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$  dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara

silmutan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen pada Cafe Madani Bumdes Rambipuji.

### 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan analisis linier berganda dengan pengujian parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Hasil dari pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Bailia (2014) Pada warung-warung makan lamongan yang ada di Manado, dimana dalam penelitian tersebut di dapatkan hasil yang sama yaitu variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumennya.

### 3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis H3 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan harga yang ditetapkan di Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Suwarsono (2013), dimana harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

### 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan pengujian parsial variabel

Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Winahyuningsih (2010) Pada Cafe Madani Bumdes Rambipuji, dimana dalam penelitian tersebut di dapatkan hasil yang sama yaitu variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Madani Bumdes Rambipuji. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Madani Bumdes Rambipuji.

##### **B. Saran**

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan maka diharapkan bagi pemimpin usaha Cafe Madani Bumdes Rambipuji untuk membuat kebijakan perusahaan yang bisa mempertahankan indikator-indikator dari Kualitas Produk, Harga dan Kualitas

Pelayanan yang ada sekarang dan diharapkan dan ditingkatkan dimasa yang akan datang lebih di tingkatkan lagi dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

- 2) Bagi Cafe Madani Bumdes Rambipuji sebaiknya memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, mengingat koefisien kualitas produk yang ditawarkan masih lebih rendah dibandingkan kualitas pelayanan dimata konsumen, sedangkan untuk variabel Kualitas Pelayanan yang memiliki nilai koefisien tertinggi, diharapkan dapat dipertahankan dan ditingkatkan agar perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian seperti kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Asti, E.G. dan Ayuningtyas, E.A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.1, Hal. 1-14. <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekonomibisnis/article/view/22>. Diakses 30 Agustus 2021.
- Bailia, Jefry. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, ISSN 2303-1174.

## Derivatif : Jurnal Manajemen

Vol. 16 No. 1 April 2022

(ISSN Cetak 1978-6573) (ISSN Online 2477-300X)

- <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959>. Diakses tanggal 8 Oktober 2015. Hal.1768-1780.
- Haryanto, R. A. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA*. Diakses tanggal 17 Juni 2014.
- Hayati dan Sekartaji. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/455/372>. Diakses 16 Maret 2021.
- Mariaty, W. &. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu CihanjuangPekanbaru). *Jurnal FISIP*, 10.
- Mugiono, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) Di Pasar Kota Malang. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Wacana*. ISSN 1411-0199. Vol.13 No.4 (2010). <http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/220> Diakses 18 Juni 2014. Hal. 552-568.
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen Forkamma*, Vol.1, No.2, Hal. 21-32. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/FRKM/article/view/25382016>. Diakses 30 Agustus 2021
- Pontoh, Michael. 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, ISSN 2303-1174. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5502>. Diakses tanggal 8 Oktober 2015. Hal. 285-297.
- Suwarsono, E. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD. Kausar Jaya Purwodadi. Universitas Pandanaran Semarang. *Jurnal Sosiotekno*. <http://jurnal-sosioekotekno.org/article/135314/pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan---di-ud-kausar-jaya-purwodadi.html>. Diakses 19 Juni 2014
- Yusak, M. &. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9.