



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI EQUAL CAFE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Sebagai

Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Eka Pitri Ramdani

NPM. 21801081443



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

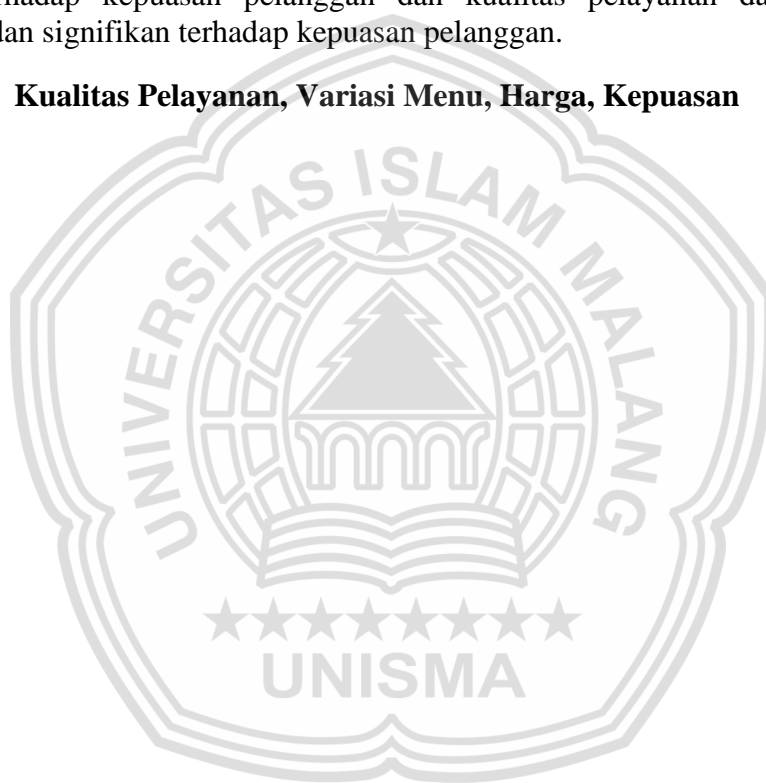
MALANG

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Equal Cafe*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini, menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji asumsi klasik. Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, Variasi Menu Dan Harga berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan sedangkan untuk variasi menu secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Harga, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, menu variations and prices on customer satisfaction at Equal Cafe. The sample used in this study were 80 respondents. The data analysis method used is quantitative data analysis. To solve the problem in this research, using validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, classical assumption test. This study uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25. The results of this study indicate that the quality of service, menu variations and prices simultaneously and significantly affect customer satisfaction, while the menu variations partially have no significant effect on customer satisfaction and service quality and prices have an effect and significant to customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Menu Variation, Price, Customer Satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era serba digital seperti sekarang ini semua kegiatan atau perilaku masyarakat telah berubah secara signifikan. Disamping itu, perkembangan teknologi juga telah membuat dunia bisnis semakin pesat, pertumbuhan ekonomi yang dialami Indonesia pada Triwulan III saat ini yaitu sekitar 3,51% persen ditahun 2021 (BPS, 2021) sehingga mampu membuat perumbuhan industri di Indonesia juga berkembang dan mendorong perusahaan untuk berkompetisi dalam berbagai aktivitas agar mampu bersaing dalam mempertahankan konsumen dengan memahami kebutuhan serta keinginan konsumen.

Hal tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis kuliner saat ini yang memiliki persamaan maupun perbedaan dari produk, harga dan pelayanan yang ditawarkan, misalkan dalam usaha makanan dan minuman yaitu menginovasi yang baru pada menu, dengan mengembangkan beberapa bahan yang ada, maka terciptalah menu yang baru. Semakin banyak menu semakin besar peluang perusahaan memenangkan pasar. Hal tersebut yang kemudian menciptakan persaingan yang ketat antara pemilik usaha. Setiap pemilik usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat menarik perhatian konsumen dan mencapai target penjualan (Santoso, 2019) dan para pelaku bisnis kuliner mampu membuat konsumen merasa lebih puas dengan produk maupun pelayanan yang telah mereka beli.

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya adalah bisnis *cafe*. *Cafe* merupakan salah satu dari berbagai pilihan mahasiswa untuk melepaskan penat. Bertumbuhnya *cafe* tidak lepas dari pengaruh asing. Kemunculan Starbucks pertama kali di Indonesia pada tahun 2002 mampu membawa fenomena baru, kini kita melihat *franchisor* lain, seperti JCO, The Coffee Bean, Sensory Lab, dan lainnya ikut meramaikan pasar kedai kopi di Indonesia. Seakan terinspirasi dari fenomena ini, kepekaan para pelaku usaha pun dapat dilihat dengan munculnya kedai-kedai kopi dengan brand Indonesia seperti *hastag cafe*, *hallo cafe*, *pesen kopi*, *cuscus cafe* dan lain, yang akhirnya merubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi gemar pergi ke *cafe* khususnya di Kota Malang.

Kopi sendiri bukan produk baru di Indonesia karena Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia (Kemenperin, 2019). Abdul Rochim (2019) selaku Direktur Jendral Industri Agro Kementerian Perindustrian mengatakan, bahwa produksi kopi rata-rata 700 ribu ton pertahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia.

Persaingan bisnis di Industri restoran/*cafe* berbagai cara dilakukan oleh *cafe* untuk memenuhi kepuasan konsumen. Menentukan dan merancang strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting untuk menghadapi persaingan yang ada dan yang datang. Kasmir (2008) mengemukakan bahwa penerapan strategi pemasaran merupakan langka yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk atau jasa yang ditawarkan dan meraih tingkat

laba yang tinggi. Kotler (2000) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang prima akan membangun kesetiaan dan mencegah pelanggan untuk melakukan pembelotan, dan pembelotan yang terjadi disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem untuk melayani (Rahmayanti, 2013:12-13). Maka dari itu untuk mendapatkan loyalitas pelanggan hal yang harus dilakukan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal, uraian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani, 2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu variasi menu. Variasi menu yang beraneka ragam yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah lengkapnya varian produk yang ditawarkan. Variasi produk pada *cafe* dapat dilihat dari beragamnya pilihan menu makanan dan minuman, mulai dari menu makanan pembuka, menu utama, dan menu makanan penutup yang ditawarkan. Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukan mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, menurut Kotler & Keller (dalam Bob Sabran, 2009:20). Sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal

selera dan kesukaan dalam bentuk atau rasa. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumelar, dkk (2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara ketersediaan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Assauri (2014:223) harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Menurut Kotler & Armstrong (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Pelanggan mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah pelanggan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk uraian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zhakaria, 2017) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Equal *Cafe* beralamat di Jl. Raya Dermo No. 169 Dau, Malang, lokasi *cafe* ini cukup strategis mudah dijangkau. Target pelanggannya yaitu para masyarakat, karyawan dan mahasiswa yang berada disekitar daerah tersebut. Equal *Cafe* juga menyediakan fasilitas untuk *meetup* maupun *event*.

Banyaknya *cafe* di Kota Malang semakin merajalela bukan hanya itu tetapi banyak sekali *cafe* di Kota Malang yang memberikan pelayanan yang sama seperti *Equal Cafe* yang membuat beberapa pelanggan berpaling ke *cafe* lain. Berdasarkan hasil wawancara dari 5 pengunjung yang sudah berkunjung ke *Equal Cafe* mereka beranggapan bahwa produk *Equal Cafe* belum memberikan banyak inovasi yang membuat sebagian orang tidak cocok dengan harga dan menu yang sudah ada. Selain itu juga terkadang kualitas pelayanan dari *Equal Cafe* sendiri masih rendah di dalam benak pelanggan karena ada pesaingnya yang lebih unggul dari pada *Equal Cafe* yaitu pada Pesen Kopi. Hal ini sejalan dengan pendapat Amalia (2019) dimana produk *Equal Cafe* ini untuk kualitas produk dan cita rasa kopinya masih kalah dengan produk *cafe* lainnya. Salah satunya seperti sejenis *cafe* pada cita rasa dan harga yang terjangkau. Hal tersebut membuat pelanggan *Equal Cafe* menjadi berkurang dan akan berakibat pelanggan tidak ingin untuk membeli kembali.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Equal Cafe*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahannya adalah:

1. Bagaimana deskripsi dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, variasi menu dan harga di *Equal Cafe* ?
2. Apakah kualitas pelayanan, variasi menu dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe* ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe* ?
4. Apakah variasi menu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe* ?
5. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe* ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan, yaitu :

1. Untuk mengetahui deskripsi dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, variasi menu dan harga di *Equal Cafe*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, variasi menu dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

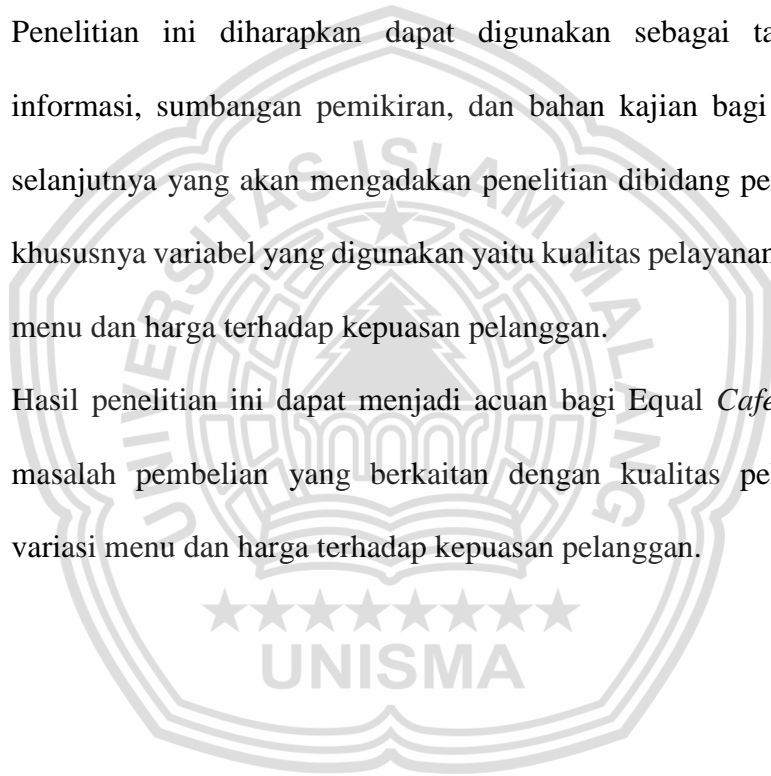
Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan peneliti, mengenai konsep teori pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.

2. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, sumbangan pemikiran, dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dibidang pemasaran khususnya variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *Equal Cafe* perihal masalah pembelian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan.



BAB V

SIMPLAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data dengan menyebarkan kuisioner kepada 80 responden yaitu konsumen *Equal Cafe* secara langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, variasi menu dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan bab 4 maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
3. Variabel Variasi menu berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.
4. Variabel Harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Equal Cafe*.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti beberapa keterbatasan dalam hal kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu penulis tidak dapat mengungkapkan semua fakta dalam penelitian ini dengan baik. Keterbatasan tersebut yaitu dikarenakan tempat penelitian merupakan salah satu tempat bersantai dan nongkrong, sehingga responden terburu-buru dalam mengisi

kuesioner yang membuat responden tidak mau berlama-lama meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab maka didapat beberapa saran sebagai berikut :

a. Bagi *Equal Cafe*

Perihal dengan kualitas pelayanan, variasi menu dan harga sudah dianggap memenuhi keinginan pelanggan. Saran bagi *Equal Cafe* diharapkan untuk membuat id card member bagi pelanggan setianya untuk mendapatkan diskon hingga kedepannya konsumen dapat berkunjung secara terus menerus. Begitu pula pada kualitas pelayanan, *Equal Cafe* harus menjaga kualitas pelayanan karena jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan semakin puas dan meningkat.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau menambah dengan variabel lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. R., & Santoso, S. B. (2011). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Keragaman Menu, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Pizza Hut Dp Mall Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html> diakses pada tanggal 23 januari 2022 pada jam 20.41 WIB
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Cholik, F. I., Rufial, R., & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 5(1), 58-67.
- Daryanto., & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Malang: Gaya Media
- Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 164-173.
- Handi, Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Indriantoro, Nur dan Bambang,Supomo.2014. *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi & manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE Yogyakarta.
- Irawan, Handi, 2008. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama. Jakarta : Pradnya Paramitha, h. 45. Kelompok Gramedia.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Ed. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2019), tentang <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industri-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif> diakses pada jam 21.15

- Kotler Philip, Amstronng Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Eralangg
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Prenhallindo
- Kuncoro, M.(2009). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Prof Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*. Edisi 4. Penerbit Erlangga.
- Malhotra, N. K (2007). *Marketing research (5thed)*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Mauludin, Hanif. 2010. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mustaqim, M., & Amboningtyas, D. (2017). *Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan, Dan Atmosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rm. Borobudursemarang*. *Journal of Management*, 3(3). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/716/697>
- Nainggolan, L. P., & Pradhanawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 531-541.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Managemen Analysis Journal*, 1(1)
- Priyono, Achmad A. 2015. *Analisis Data Dengan SPSS*. Malang :BadanPenerbitFakultasEkonomi Universitas Islam Malang
- Putri, Y. S. (2016). PENGARUH VARIASI MENU MAKAN PAGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN PAKUAN DI GRAND ROYAL PANGHEGAR BANDUNG.
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha ilmu Restaurant. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , Vol.2 No. 2.
- Rosalin, G., & Soetanto, T. I. (2006). *Analysis of the Customers' Preferences In Deterining A Suitable Menu: A Case Study of River Side Oriental Cuisine Restaurant*. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , Vol.2 No. 2.
- Sabran, Bob. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 (Philip Kotler & Kevin Lane Keller). Jakarta : Erlangga
- Sani, A & Vivin. M. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-Malang Press.

- Santoso, S. (2010). *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Santoso, S. A. (2019). *Pengaruh Variasi Menu, Harga, Jam Kerja, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Warung Tegal Di Kecamatan Ciputat Timur* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).
- Santoso. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Surwajeni, W. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono & Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta, ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. "*Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*" Edisi I. Yogyakarta :Andi.
- Utami, Chistina. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat
- Zeithaml, Valerie A. and Bitner, Mary Jo. *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York, 2003, p.8