

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN**

**(Study Kasus Pada Pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel.  
Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**AHMAD AMIRUDIN MASYKURI**

**NPM. 21601081033**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan di Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 78 responden yang merupakan pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji determinasi, uji f dan uji t menggunakan bantuan perangkat lunak komputer SPSS 16.0 pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

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

## ABSTRACT

*This research was conducted at Kedai Sarijan Coffee Jl. Gajayana intersection No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Malang City. This type of research is explanatory research with a quantitative approach. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality and price on customer satisfaction. The independent variables used are service quality, product quality and price, while the dependent variable is customer satisfaction. The sample used in this study were 78 respondents who were customers of Kedai Sarijan Coffee Jl. Gajayana intersection No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Malang City. The data collection technique used a questionnaire. The analysis method used is the instrument test, multiple linear regression analysis, classical assumption test, determination test, f test and t test using computer software SPSS 16.0 data processing. The results of this study indicate that service quality affects customer satisfaction, product quality affects customer satisfaction and price affects customer satisfaction. Service quality, product quality and price simultaneously affect customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Berjalannya era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, menyebabkan banyak perubahan pola kehidupan dan mempengaruhi pola pikir, perilaku serta budaya dalam masyarakat. Disamping itu, perkembangan teknologi menjadikan dunia bisnis semakin berkembang pesat. Hal ini berpengaruh terhadap budaya atau kebiasaan masyarakat Indonesia yang mencontoh budaya Negara Eropa dan Amerika. Semisal budaya minum kopi yang dulu hanya dijadikan kebiasaan minum di rumah, sekarang menjadi kebiasaan minum di luar rumah disertai dengan berkumpul dengan teman atau relasi.

Kota Malang terkenal sebagai kota pendidikan dan pariwisata yang telah banyak menarik para pelaku bisnis untuk menginvestasikan modalnya pada bidang industri kreatif, diantaranya bisnis warung kopi atau *Coffee*. Pelaku bisnis diharapkan dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan pelanggan dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan akan membuat pelanggan melakukan pembelian dimasa yang akan datang.

Salah satu target pasar untuk kafe di Kota Malang saat ini adalah mahasiswa. Berdasarkan data dari Pemerintah Kota Malang, hingga saat ini tercatat ada 86 perguruan tinggi di Kota Malang (malangkota.go.id:2019). Setiap tahunnya ada puluhan ribu mahasiswa masuk ke Kota Malang dan tersebar di 86 perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa-mahasiswa ini merupakan target yang potensial bagi kafe-kafe di Kota Malang. Bagi

mahasiswa saat ini, pergi ke kafe untuk menikmati makanan dan minuman sambil mengobrol atau mengerjakan tugas sudah menjadi semacam keseharian. Ada beragam alasan yang menjadi sebab mengapa mahasiswa saat ini suka menghabiskan waktu di kafe, di antaranya untuk kebutuhan bersosialisasi dan media hiburan atas kejenuhan aktifitas perkuliahan.

Kafe adalah salah satu pilihan terbaik untuk nongkrong dengan teman atau untuk mengerjakan tugas sembari menikmati makanan dan minuman yang disediakan sehingga akan betah berlama-lama. Apalagi kini sudah banyak kafe yang didesain sedemikian rupa dengan fasilitas yang baik sehingga kita bisa nongkrong dengan nyaman. Tren di media sosial dan media elektronik yang banyak membicarakan tentang nongkrong di kafe juga turut mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti dan mencoba tren tersebut.

Faktor pertama yang mempengaruh 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 (Rahmayanty, 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 dan Sitohang, 2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kebanyakan layanan yang ditawarkan oleh peritel lebih hanya pada melengkapi informasi tentang barang dagangan yang ditawarkan, seharusnya pelayanan pada pelanggan (*customer service*) adalah satuan aktifitas yang dilakukan oleh peritel dalam membuat

pengalaman berbelanja pelanggan lebih bersifat memberikan penghargaan pada pelanggan mereka (Utami, 2010:88).

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk yang merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas (Kotler, 2007). Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Diza *et al*, 2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk 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 dan 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.

Sarijan *coffee* beralamat di Jl.Simpang gajayana, No 69, merjosari Kec. Lowokwaru, Kota Malang, lokasi kafe ini cukup strategis mudah dijangkau. Target pelanggannya yaitu para karyawan dan mahasiswa yang berada disekitar daerah tersebut. Sarijan *coffee* juga menyediakan fasilitas untuk *gathering* maupun *event*.

Banyaknya kafe di kota malang semakin merajalela bukan hanya itu tetapi banyak sekali kafe di kota malang yang memberikan pelayanan yang sama seperti Sarijan *cooffe* yang membuat beberapa pelanggan berpaling ke kafe lain. Ditambah lagi dengan produk sarijan *cooffe* yang tidak memberikan banyak inovasi yang membuat sebagian orang tidak cocok dengan harga dan menu yang sudah ada. Selain itu juga terkadang kualitas pelayanan dari sarijan *cooffe* sendiri masih rendah didalam benak pelanggan karena ada pesaingnya yang lebih unggul dari pada Sarijan *cooffe* yaitu pada Pesen Kopi. Dari produk Sarijan *cooffe* ini untuk kualitas produk dan cita rasa kopinya masih kalah dengan produk kafe lainnya seperti Seduh Kopi salah satunya pada cita rasa dan harga yang terjangkau. Hal tersebut membuat pelanggan Sarijan *cooffe* menjadi berkurang dan akan berakibat pelanggan tidak ingin untuk membeli kembali.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Sarijan Coffee"**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahannya adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sarijan *coffee*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di sarijan *coffee* ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan disarijan *coffee* ?
4. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di sarijan *coffee* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

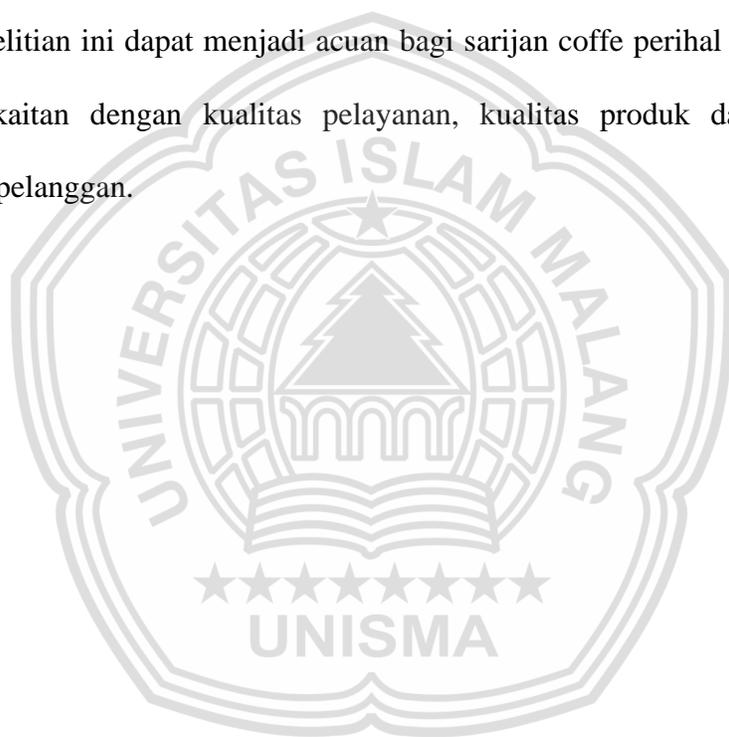
Adapun tujuan penelitian ini dilakukan, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sarijan *coffee*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di sarijan *coffee*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di sarijan *coffee*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di sarijan *coffee*.

## 1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Dapat menambah pengetahuan peneliti, mengenai konsep teori pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Sarijan *cooffe*.
2. 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, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi sarijan coffe perihal masalah pembelian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian pada uji F dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara Simultan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang.
2. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang.
3. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang.
4. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang.

#### 5.2 Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan Kepuasan pelanggan.
2. Jumlah responden hanya 78 responden.

3. Dalam penyebaran kuesioner kurang maksimal dikarenakan dalam kondisi pandemi

### 5.3 Saran

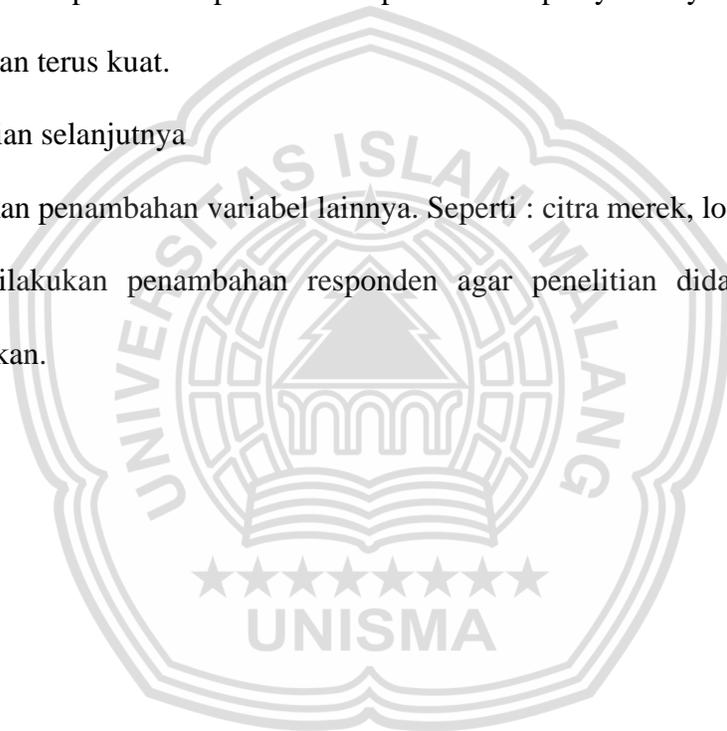
Beberapa keterbatasan dapat mempengaruhi hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi perusahaan

Sarijan Coffe perlu mempertahankan produk dan pelayanannya agar kepuasan dari pelanggan akan terus kuat.

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Melakukan penambahan variabel lainnya. Seperti : citra merek, loyalitas pelanggan
- b. Dapat dilakukan penambahan responden agar penelitian didapatkan hasil yang memuaskan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Berman dan Evans, 2010. "*Retail Management*". 12th Edition. Jakarta; Pearson
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing (3rd ed.)*, Tata McGraw Hill, New Delhi
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS..
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handi, Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: GP Press.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, philip and gary armstrong. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran* Jakarta: erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey pearson Prentice Hall, Inc.
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Sanusi, Anwar 2014. *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta

Setiasih, & Setyaningrum, I. 2013. *Statistik Psikologi: Penyelesaian Masalah Psikologi dengan Statistik*. Surabaya: Surabaya Intellectual Club.

Soedarmo H. 2006. *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua*. Jakarta : Kawan Pustaka

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supomo, Bambang dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta, ANDI

Tjiptono, fandy, 2008, *Strategi pemasaran* , edisi 3, ANDY: Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset, Yogyakarta.

Utami, Chistina. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat

