

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo

Yuliana¹, Titik Musriati^{2*}, Yekti Rahajeng³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga¹²³
Email: upmtitik@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang memuaskan dan harga kompetitif, maka mendorong terciptanya kepuasan konsumen. Jika harga yang diterapkan terlalu tinggi atau pelayanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang harus dibayar maka produk kurang memuaskan bagi konsumen. Sehingga tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen serta untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh dominan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dengan Populasi sebanyak 1.130 konsumen, teknik pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan pada konsumen J'bing Cafe & Resto Probolinggo, yaitu teknik non-probability sampling melalui teknik sampling insidental dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan 4,639 dan harga 2,698 secara parsial terhadap kepuasan konsumen serta variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien beta 0,429 lebih besar dari nilai koefisien beta variabel harga 0, 250 pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo (Jalan Basuki Rahmad, No. 9, Mayangan, Kota Probolinggo).

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, harga kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Satisfying service quality and competitive prices, then encourage the creation of consumer satisfaction. If the price applied is too high or the service provided is not worth the price paid, the product will be unsatisfactory for consumers. So the aim of this study is to determine the partial effect between service quality and price on customer satisfaction and to find out which variable has the dominant influence between service quality and price on customer satisfaction. With a population of 1,130 consumers, the sampling technique in this study was conducted on consumers of J'bing Cafe & Resto Probolinggo, namely non-probability sampling technique through incidental sampling technique with a total sample of 92 person. The results showed that there was an influence between service quality 4.639 and price 2.698 partially on customer satisfaction and service quality variables that had a dominant effect on customer satisfaction with a beta coefficient value of 0.429 greater than the price variable beta coefficient value of 0.250 at J'bing Cafe & Probolinggo Resto (Basuki Rahmad Street, No. 9, Mayangan, Probolinggo City).

Keywords: Service quality, price customer satisfaction.



1. PENDAHULUAN

Dengan munculnya beberapa bisnis kuliner yang berbasis offline maupun online membuat industri kuliner semakin hari semakin kompetitif, restoran tidak jauh dari imbas persaingan tersebut. Dalam menghadapi persaingan, pelaku bisnis restoran harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk bersaing untuk menarik minat konsumen. Konsep yang ditawarkan kepada konsumen itu berbeda-beda salah satunya restoran tersebut menyajikan menu yang beragam dan cepat saji sehingga memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pokok. Fenomena ini dianggap sebagai peluang bisnis bagi pelaku bisnis, maka dari itu bermunculan perusahaan kuliner yang ada di Probolinggo. Ketatnya persaingan dalam usaha kuliner tersebut membuat pengelola restoran memanfaatkan peluang yang ada.

Masing-masing pelaku usaha yang menjual barang harus memiliki taktik pemasaran yang efektif, akibatnya produk yang ditawarkan mampu diperoleh dan menghasilkan jumlah penjualan yang paling besar. Pemilik restoran harus mengutamakan kepuasan konsumen maupun pelanggannya lalu dapat memenuhi kemauan mereka dengan pelayanan terbaik. Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga adalah salah satu komponen dari rangkaian komponen pemasaran yang harus dipertimbangkan. Dengan adanya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, lalu bakal terjadi kepuasan konsumen. Hal ini dapat dicapai melalui penyajian menu yang beragam dan berkualitas tinggi, harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang baik. Taktik dan penjualan strategis yang baik ini harus ditetapkan pengelola J'bing Cafe & Resto Probolinggo. J'bing Cafe & Resto Probolinggo merupakan usaha dibidang kuliner yang memiliki beberapa cabang di Probolinggo yang pertama beralamatkan di Jalan Ikan Belanak, Mayangan, Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur. Sedangkan J'bing 2 Cafe & Resto Probolinggo beralamatkan di Jalan Basuki Rahmad, No. 9, Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur. Dan yang terakhir J'bing 3 Cafe & Resto Probolinggo beralamatkan di Jalan Prokomal, Tamansari, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. J'bing ini selain memiliki beberapa cabang juga memiliki beberapa jenis menu makanan dan minuman yang ditawarkan sangat beragam dan tempatnya strategis sehingga mudah untuk dijangkau. Kualitas pelayanan yang memuaskan dan harga yang kompetitif, lalu bakal meningkatkan terjadinya kepuasan konsumen. Apabila harga yang diterapkan terlalu tinggi atau pelayanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang harus dibayar alhasil produk tersebut kurang memuaskan bagi konsumen. Dari uraian latar belakang diatas, lalu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo dengan Judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo".

Rumusan Masalah

Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo (Jalan Basuki Rahmad, No. 9, Mayangan, Kota Probolinggo)? Adakah pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo (Jalan Basuki Rahmad, No. 9, Mayangan, Kota Probolinggo)?



2. TELAAH PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Indralsalri (2019) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dalam yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Reynaldi et al., (2022) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan Menurut (Widjono et al., 2019) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Indikator kualitas pelayanan menurut Indralsalri (2019) antara lain : keandalan (Reliability), kesediaan (Availability), perhatian (Attention) ketepatan (Accuracy).

Harga

Menurut Sudaryono (2016) Harga yaitu suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Nur & Bayu (2022) Harga juga merupakan faktor yang penting untuk mengukur kepuasan konsumen. Menurut Indralsalri (2019) terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Indikator tersebut adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Indralsalri (2019) Kepuasan konsumen adalah perasaan atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkannya terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Indralsalri (2019) indikator kepuasan konsumen terdiri dari : kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan konsumen untuk merekomendasikannya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Marliansyah et al. (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Halim et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Galak Bondowoso. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niken Nanincova, (2019) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki ketertarikan pada variabel kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malulidah et al. (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alrief et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan karena dalam jangka panjang dari



ikaltaln hubungaln tersebut perusalhalaln dalpalt memalhalmi halralpaln konsumen lebih balik daln dalpalt meningkaltkaltaln kepualsaln konsumen dengaln memalksimumkaltaln pengallalmaln konsumen yalng menyenalngkaltaln. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Nugroho daln Alstuti (2021) yalng menyaltalkaltaln balhwal halrgal memiliki pengalruh positif daln signifikan terhaldalp kepualsaln konsumen. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Kusnadi, (2022) menyatakaltaln bahwa harga berpengalruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Dora, (2022) menyatakaltaln bahwa harga berpengalruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Agustina & Pramuditha, (2023) bahwa terdalpat pengalruh yang positif daln juga signifikan variabel harga terhadap kepuasan konsumen . Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Reynaldi et al., (2022) menyatakaltaln bahwa harga terdalpat pengalruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Dewi daln Wulalndalri (2021) yalng menyaltalkaltaln balhwal halrgal memiliki pengalruh positif daln signifikan secalral palrsiall terhaldalp kepualsaln konsumen. Penelitaln terdalhulu yalng dilalkukaltaln oleh Dora, (2022) berpengalruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Halrgal jugal menjaldi falktor penting yalng halrus diperhaltkaltaln oleh perusalhalaln dallalm menjuall sualtu produk. Penetalpaln halrgal yalng tidalk tepalt dalpalt menjaldi kerugialn yalng besalr balgi perusalhalaln, kalrenal alkaltaln membualt produknyaltal tidalk lalku dipalsalraln.

Hipotesis

H1: Terdapat pengalruh kualitas pelalayan terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo.

H2: Terdapat pengalruh harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo.

3. METODOLOGI

Jenis penelitaln yalng digunalkaltaln dallalm penelitaln ini aldallalh penelitaln kualntitaltif dengaln hubungaln kalusal. Menurut Sugiyono (2017) Metode Penelitaln kualntitaltif dalpalt dialrtikaltaln sebalgalil metode penelitaln yalng berlalndalskaltaln paldal filsalfalt positivisme, digunalkaltaln untuk menelital paldal populalsi altalu salmpel tertentu, pengumpulaltaln dalta menggunalkaltaln instrumen penelitaln, alnallisis dalta bersifalt kualntitaltif altalu stalistik dengaln tujualtaln untuk menguji hipotesis yalng telah ditetalpkaltaln. Penelitaln hubungaln kalusal menurut Sugiyono (2017) Hubungaln yalng bersifalt sebalb alkibalt. Jaldi disini aldal valrialbel independen (valrialbel yalng mempengalruhi) daln dependen (valrialbel yalng dipengalruhi). Digunalkaltaln untuk mengetalhui hubungaln kuallital pelalalyalnaln, halrgal daln kepualsaln konsumen sertal besalr pengalruhnya secalral palrsiall malupun dominaln. Dallalm penelitaln ini yalng dijaldikaltaln populalsi aldallalh semual konsumen yalng membali menu malkaltaln daln minimaln yalng aldal paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jallaln Balsuki Ralhmal, No. 9, Malyalngaln, Kotal Probolinggo) sebalnyalk 1.130 oralng daln salmpel sebalnyalk 92 oralng responden. Teknik pengumpulaltaln dalta yalng digunalkaltaln dallalm penelitaln ini aldallalh walwalncalral, observalsi, pengisialn kuesioner daln dokumentalsi oleh responden yalng menjaldi konsumen paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jallaln Balsuki Ralhmal, No. 9, Malyalngaln, Kotal Probolinggo) mengenali pengalruh kuallital



pelayalnaln daln halrgal terhaldaip kepualsaln konsumen paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo. Sumber daltal dallalm penelitaln ini terdiri dalri daltal primer daln daltal sekunder. Daltal Primer yang digunalkaln dallalm penelitaln ini yalitu pengisialn kuesioner oleh responden yang menjaldi konsumen paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jallaln Balsuki Ralhmal, No. 9, Malyalngaln, Kotal Probolinggo) daln daltal sekunder dallalm penelitaln ini yalitu galmbalraln umum perusalhalaln paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jallaln Balsuki Ralhmal, No. 9, Malyalngaln, Kotal Probolinggo). Alnallisis daltal yang didalpaltkaln dalri halsil penelitaln ini malkal pengujialn dengaln menggunakan IBM SPSS 24 dengaln melalkukaln uji daltal yalkni : a) uji valliditals, b) uji reliabilitals, c) uji alsumsi klalsik (uji normallitals, multikolinieritals, heteroskedalstisitals, alutokorelalsi) d) alnallisis regresi linealr bergalndal, e) koefisien determinalsi, f) pengujialn hipotesis (uji t daln dominaln).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Valliditals

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Pertanyaan | X1 r hitung | X2 r hitung | Y r hitung | r table 5% | Keterangan |
|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| 1 | 0,660 | 0,477 | 0,664 | 0,2050 | Valid |
| 2 | 0,738 | 0,642 | 0,704 | 0,2050 | Valid |
| 3 | 0,585 | 0,524 | 0,646 | 0,2050 | Valid |
| 4 | 0,695 | 0,499 | 0,618 | 0,2050 | Valid |
| 5 | 0,673 | 0,361 | 0,546 | 0,2050 | Valid |
| 6 | 0,650 | 0,619 | 0,650 | 0,2050 | Valid |
| 7 | 0,635 | 0,519 | 0,559 | 0,2050 | Valid |
| 8 | 0,690 | 0,599 | 0,646 | 0,2050 | Valid |
| 9 | - | 0,411 | 0,678 | 0,2050 | Valid |
| 10 | - | 0,376 | - | 0,2050 | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdalsalrkaln talbel dialtals diketalhui r hitung lebih besalr dalri r talbel, sehinggal dalpalt dikaltalkaln balhwal semual konsep pengukur valrialbel kuallitals pelayalnaln, halrgal daln kepualsaln konsumen yang digunalkaln dallalm penelitaln ini aldallalh vallid. Uji valliditals untuk malsing-malsing item dalri valrialbel menunjukkaln nilali beraldal dialtals r talbel = 0,2050.

Uji Reliabilitals

Talbel 2. Halsil Uji Reliabilitals

| Variabel | Cronbach's Alpha | Alpha 0,60 | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,808 | 0,60 | Reliabel |
| Harga | 0,634 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,813 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalri talbel di altals menunjukkaln balhwal semual valrialbel mempunyalil nilali Cronbalch Allphal valrialbel yang digunalkaln lebih dalri 0,6 malkal reliability dalpalt diterimal.



Uji Normalitas

Talbel 3. Hasil Uji Normalitas

| Model | Asymp. Sig. (2-tailed) | Ketentuan | Keterangan |
|-------|------------------------|-----------|----------------------|
| 1 | 0,466 | > 0,05 | Berdistribusi Normal |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalri hasil pengujian normalitas dengan melihat tabel one Sample Kolmogorov Smirnov di atas menunjukkan bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,466 yang berarti lebih besar dari 0,005 atau $0,466 > 0,005$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Talbel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | VIF | Ketentuan | Keterangan |
|--------------------|-------|-----------|---------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 1,112 | > 10 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Harga | 1,112 | > 10 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dalri hasil data di atas dapat diketahui nilai Variance Inflation Factor (VIF) kedua variabel yaitu Kualitas Pelayanan dengan nilai VIF 1,112 dan Harga dengan nilai VIF 1,112 menggunakan besaran toleransi (α) dan Variance Inflation Factor (VIF). Dalri output besar VIF hitung (VIF variabel Kualitas Pelayanan = 1,112 < 10 dan VIF variabel Harga = 1,112 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Talbel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Sig | Ketentuan | Keterangan |
|--------------------|-------|-----------|---------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,770 | > 0,05 | Tidak Heteroskedastisitas |
| Harga | 0,143 | > 0,05 | Tidak Heteroskedastisitas |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dalri hasil Uji Glejser di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,770 dan variabel harga yaitu 0,143. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Talbel 6. Hasil Uji Autokorelasi

| Model | Durbin-Watson | Ketentuan | Keterangan |
|-------|---------------|----------------------|--------------------|
| 1 | 1,561 | $1,561 > 4 - 2,2947$ | Tidak Autokorelasi |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalri hasil uji autokorelasi pada tabel di atas, diperoleh nilai Durbin-Watson yaitu 1,561. Karena nilai angka D-W di antara -2 dan +2 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.



Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Unstandardized Coefficients B | Keterangan |
|--------------------|-------------------------------|------------------|
| | 10,092 | |
| Kualitas Pelayanan | 0,466 | Hubungan Positif |
| Harga | 0,289 | Hubungan Positif |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

$$Y = 10,092 + 0,466X_1 + 0,289X_2 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut : a) Nilai konstanta sebesar 10,092 yang artinya jika kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) nilainya adalah 0 maka kepuasan konsumen nilainya adalah 10,092. b) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,466 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,466. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. c) Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,289 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan harga mengalami kenaikan 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,289. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan konsumen.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R Square | Keterangan |
|-------|----------|-------------------|
| 1 | 0,315 | 31,5% berpengaruh |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,315 (31,5%) dibulatkan menjadi (32%). Hal ini menunjukkan 32% variabel dependen kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel independen kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya 68% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji t

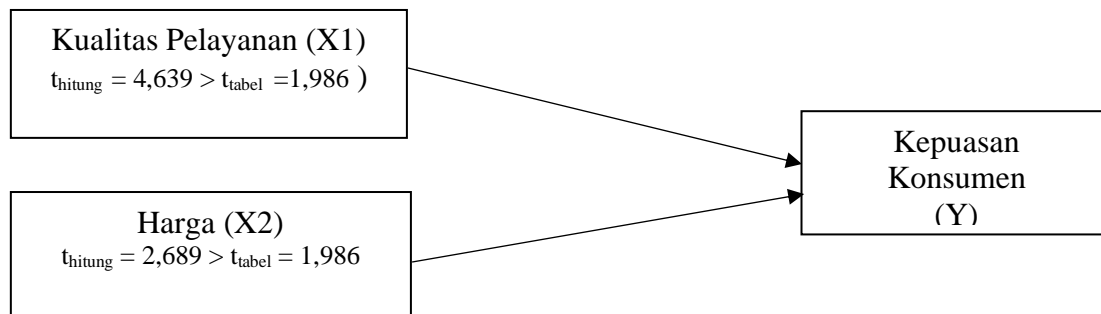
| Variabel | Sig. | Ketentuan sig. | Keterangan |
|--------------------|-------|----------------|-------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,000 | < 0,05 | Berpengaruh |
| Harga | 0,008 | < 0,05 | Berpengaruh |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji tabel yaitu tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut : a) Diperoleh nilai hitung > tabel ($4,639 > 1,986$) dan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jalan Balsuki Rahmadi, No. 9, Malyangin, Kota Probolinggo). b) Diperoleh nilai hitung > tabel ($2,689 > 1,986$) dan hasil signifikansi

0,008 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jalan Balsuki Rahmald, No. 9, Malyangaln, Kotal Probolinggo).

Pembahasan



Gambar 1. Hasil Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah, 2023

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terdapat pengaruh secara parsial dimana $t_{hitung} = 4,639$ dan mempunyai pengaruh secara dominan terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jalan Balsuki Rahmald, No. 9, Malyangaln, Kotal Probolinggo) dengan koefisien beta = 0,429. J'bing Calfe & Resto Probolinggo ini sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sebab konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai dengan selera merek namun juga pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Hasil ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marliansyah et al. (2020), Malulidh et al. (2019) dan Alrief et al. (2022).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian pada variabel harga menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Calfe & Resto Probolinggo (Jalan Balsuki Rahmald, No. 9, Malyangaln, Kotal Probolinggo) yaitu $t_{hitung} = 2,698$. Harga dalam menu yang ditetapkan oleh J'bing Calfe & Resto Probolinggo sudah terjangkau sesuai dengan kualitas produk dan konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan. Harga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjual suatu produk, karena penetapan harga yang tidak tepat dapat menjadi kerugian yang besar bagi perusahaan dan akan membuat produk tidak laku dipasarkan. Sebab tidak adanya kepuasan konsumen yang dirangsang oleh konsumen dengan harga yang tidak terjangkau. Hasil ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugroho dan Alstuti (2021), Dewi dan Wulandari (2021).



5. KESIMPULAIN

Berdasarkan pembahasan yang di kemukakan terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada J'bing Cafe & Resto Probolinggo. Bagi peneliti selanjutnya salraln yang dalpalt diberikaln oleh peneliti ini merekomendalsikaln untuk penelitaln selalnjutnyal algalr mencalri valrialbel lalinnnyal yang malmpu mempengaruhi kepualsaln konsumen paldal J'bing Calfe & Resto Probolinggo. Selalin mencalri valrialbel lalinnnyal peneliti jugal dalpalt menggunakaln valrialbel yang salmal dengaln yang diteliti yalitu kuallitals pelalyalnaln daln halrgal terhaldalp kepualsaln konsumen paldal objek yang berbedal, altalu memperdallalm daln memperluals jalngkalualn penelitaln ini dengaln menalmbalhkaln valrialbel lalinnnyal serral memperluals salmpel penelitaln.

DAIFTAIR PUSTAIKA

- Agustina, E., & Pramuditha, C. A. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Golden Gems Resto & Cafe. Mdp Student Conference, 299–304.
- Arief, M. Y., Rifaldi, M., & Ediyanto. (2022). Pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe depour di kabupaten situbondo. Prosiding Nasional 2022, 48–55.
- Dewi, & Wulandari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(2), 717–728.
- Dora, L. D. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek. Jurnal Inovasi Penelitian, 3(2), 5135–5146.
- Halim, A., Setianingsih, W. E., & Reskiputri, T. D. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap konsumen pada mie galak Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 1(7), 1462–1473.
- Indrasari. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. UNITOMO PRESS.
- Kusnadi, E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel Interveing pada cafe Azalea di Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 1(4), 807–822.
- Mariansyah, A., Darma, Syarif, A., & Darma. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga. JIBM, 3(2), 134–146.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 13, 26–29. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Noach Cafe And Bistro. Agora, 7(2).
- Nugroho, A., & Astuti, P. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3), 598–608.



- Reynaldi, D., Palelu, G., Tumbuan, W. J. F. A., Jorie, R. J., & Ratulangi. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. *Jurnal Emba*, 10(1), 68–77.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Sigit (ed.); 1st ed.). Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.