

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JABARANO COFFE JAVAN SURILI

Shelpi Apriliani^{1*}, Evi Sofiati²

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Wanita Internasional
40173 Bandung, Indonesia

*Corresponding email: shelpiapriliiani16@gmail.com

ABSTRACT

Pertumbuhan industri kuliner di Kota Bandung mendorong persaingan bisnis kafe yang semakin ketat, salah satunya dialami oleh Jabarano Coffee Javan Surili yang mengusung konsep art hub namun masih menghadapi permasalahan berupa fluktuasi jumlah pengunjung serta ulasan pelanggan mengenai ketidaksesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden sebagai sampel penelitian untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara umum dinilai cukup baik meskipun masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, khususnya stabilitas harga dan kecepatan pelayanan. Analisis lebih lanjut menunjukkan adanya hubungan antara harga dan kualitas pelayanan sebesar 56,2% dengan kategori sedang, di mana secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,4% dan kualitas pelayanan sebesar 40,7%, sedangkan secara simultan keduanya berpengaruh sebesar 71,1%. Temuan ini menegaskan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili, sehingga manajemen perlu menjaga konsistensi harga dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

Keywords: Harga, Jabarano Coffee, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Article history

Received: September 2025
Reviewed: September 2025
Published: September 2025

Plagiarism checker no 1147
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[attribution-noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat mendorong pertumbuhan pesat sektor makanan dan minuman di Indonesia, khususnya usaha kafe yang kini berfungsi tidak hanya sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang sosialisasi dan aktivitas komunitas. Kota Bandung, sebagai pusat kreatif dan gaya hidup, mencatat peningkatan jumlah rumah makan, restoran, dan kafe dari 649 unit pada 2022 menjadi 1.020 unit pada 2023 (opendata.jabarprov.go.id). Salah satu kafe yang menonjol adalah Jabarano Coffee Javan Surili, yang mengusung konsep art hub dengan menggabungkan fungsi kafe dan ruang kreatif bagi komunitas seni dan budaya.

Berdasarkan ulasan pelanggan dan hasil pra-survei, terdapat ketidakseimbangan antara harga dan kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan harga yang dianggap tidak sebanding dengan kualitas produk dan pelayanan, meskipun suasana dan keramahan karyawan mendapat tanggapan positif. Situasi ini menunjukkan adanya gap yang perlu dikaji secara ilmiah, khususnya dalam konteks kafe lokal berkonsep kreatif yang masih jarang diteliti secara akademik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili, baik secara parsial maupun simultan. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam dua aspek utama. Pertama, dari sisi praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan strategis bagi pengelola kafe dalam menetapkan kebijakan harga, menjaga kualitas pelayanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kedua, dari sisi teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai kepuasan pelanggan serta pengaruh harga dan kualitas pelayanan di sektor kafe kreatif, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian lanjutan.

Dengan mempertimbangkan tingginya persaingan di industri kafe Bandung dan pentingnya kepuasan pelanggan dalam membangun loyalitas, penelitian ini relevan untuk dilakukan. Artikel ini melaporkan hasil analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili, sehingga memberikan wawasan bagi pengelola dan pengembangan studi akademik di bidang pemasaran jasa kafe kreatif.

Methods

Penelitian ini menggunakan metode verifikatif-deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan secara rinci sekaligus menguji hubungan antar variabel. Analisis yang digunakan adalah analisis path sehingga peneliti dapat menilai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili, baik secara parsial maupun simultan, sekaligus memberikan gambaran besarnya hubungan antar variabel.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Jabarano Coffee Javan Surili yang pernah melakukan pembelian serta menerima pelayanan di kafe tersebut. Berdasarkan data internal, jumlah pengunjung pada periode Januari-Maret 2025 tercatat sebanyak 12.842 pelanggan. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sekitar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelanggan yang pernah membeli produk Jabarano Coffee Javan Surili dan berusia minimal 17 tahun.

Jenis dan Sumber

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Forms yang disebar secara online maupun offline kepada pelanggan Jabarano Coffee Javan Surili dan memuat pertanyaan mengenai variabel harga, kualitas pelayanan, serta kepuasan pelanggan. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan referensi lain yang relevan dengan topik penelitian mengenai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

Harga (X1) terdiri dari empat dimensi:

1. Keterjangkauan harga: diukur dari persepsi pelanggan terhadap kemampuan membeli produk.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas: mencakup penilaian apakah harga sepadan dengan mutu yang diterima.
3. Daya saing harga: membandingkan harga kafe dengan kompetitor sejenis.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat: dilihat dari nilai atau keuntungan yang diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli.
Kualitas Pelayanan (X2) terdiri dari lima dimensi:
 1. Kehandalan: meliputi konsistensi pelayanan dan ketepatan waktu.
 2. Daya tanggap: dilihat dari kesediaan karyawan menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan.
 3. Jaminan: terkait sikap sopan, kemampuan, dan kepercayaan yang ditunjukkan karyawan.
 4. Empati: mencakup perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan pelanggan.
 5. Bukti fisik: mencerminkan fasilitas, kebersihan, serta penampilan karyawan.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y), yang menggambarkan tingkat kepuasan pengunjung Jabarano Coffee Javan Surili terhadap layanan dan harga yang ditawarkan. Variabel ini memiliki tiga dimensi utama:

1. Kesesuaian harapan (*expectation konfirmasi*): sejauh mana pelayanan dan harga sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
2. Minat pembelian ulang (*repurchase intention*): ditunjukkan melalui keinginan pelanggan untuk kembali berkunjung.
3. Kesediaan otorisasi (kesediaan untuk merekomendasikan): terlihat dari dorongan pelanggan untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Jabarano Coffee Javan Surili di Kota Bandung. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling, di mana seluruh responden telah melakukan pembelian produk dan menerima layanan di kafe tersebut. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 62%, sementara laki-laki sebanyak 38%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan perempuan lebih dominan dalam kunjungan ke Jabarano Coffee.

Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 22-26 tahun, yaitu sebanyak 52%. Kelompok usia ini termasuk generasi Z yang cenderung aktif, dekat dengan teknologi, serta memiliki minat tinggi terhadap tren gaya hidup modern, termasuk dalam memilih tempat untuk bersosialisasi. Responden lainnya terdiri dari usia 17-21 tahun (20%), 27-31 tahun (15%), 32-36 tahun (7%), dan di atas 37 tahun (6%). Sementara itu, berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa sebanyak 58%, diikuti oleh karyawan swasta (23%), wiraswasta (8%), freelancer (6%), PNS (3%), dan lainnya (2%).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data deskriptif, jawaban responden terhadap variabel harga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju, dengan rata-rata skor indeks sebesar 72,85% yang termasuk dalam kategori kuat. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memperoleh rata-rata indeks sebesar 77,05%, juga dalam kategori kuat, dan mayoritas responden memberikan penilaian “setuju” hingga “sangat setuju.” Adapun pada variabel kepuasan pelanggan, rata-rata indeks tercatat sebesar 69%, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan tergolong tinggi dan mayoritas responden cenderung menyatakan setuju.

Secara umum, data ini menggambarkan bahwa mayoritas pelanggan memiliki persepsi positif terhadap harga, pelayanan, serta kepuasan yang diperoleh selama berkunjung ke Jabarano Coffee Javan Surili. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan sudah cukup efektif dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Harga (X1)	X1.1	0.756	0.195	Valid
	X1.2	0.738	0.195	Valid
	X1.3	0.682	0.195	Valid
	X1.4	0.574	0.195	Valid
	X1.5	0.602	0.195	Valid
	X1.6	0.466	0.195	Valid
	X1.7	0.652	0.195	Valid
	X1.8	0.674	0.195	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.680	0.195	Valid
	X2.2	0.628	0.195	Valid
	X2.3	0.712	0.195	Valid
	X2.4	0.668	0.195	Valid
	X2.5	0.660	0.195	Valid
	X2.6	0.506	0.195	Valid
	X2.7	0.723	0.195	Valid
	X2.8	0.712	0.195	Valid
	X2.9	0.662	0.195	Valid
	X2.10	0.658	0.195	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.724	0.195	Valid
	Y2	0.689	0.195	Valid
	Y3	0.721	0.195	Valid
	Y4	0.698	0.195	Valid
	Y5	0.777	0.195	Valid
	Y6	0.705	0.195	Valid

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai r-hitung di atas angka r-tabel (0,195), yang berarti setiap item valid untuk keperluan penelitian.

Uji Reliabilitas

Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi angka 0,5. Sebaliknya, apabila nilainya kurang dari 0,5, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Role Of Thumb	Keterangan
Harga (X1)	0.779	8	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.855	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.806	6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2025

Pada tabel di atas, variabel harga (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,779, variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,855, dan variabel kepuasan pelanggan (Y)

memperoleh nilai 0,806. Ketiga nilai tersebut diatas angka 0,50, yang menandakan bahwa masing-masing variabel memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Normalitas

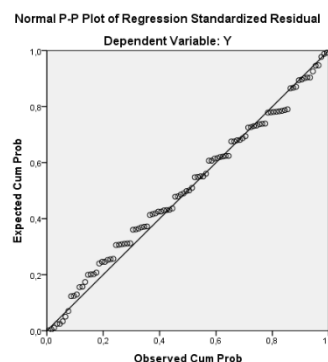
Pengujian normalitas dilakukan guna mengetahui apakah distribusi residual dalam model regresi bersifat normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik dapat menjadi tidak akurat. Penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test dengan signifikansi 0,05. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan data normal, sedangkan di bawah 0,05 menunjukkan sebaliknya. Hasil pengujian tercantum pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,02505544
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,064
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Berdasarkan pengujian normalitas yang tertera di tabel diatas, nilai signifikansinya sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan nilai residual dari data tersebut mengikuti distribusi normal. Sementara itu, hasil uji normalitas yang dilihat dari grafik P. P Plot menunjukkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P.P Plot

Gambar P-P Plot di atas menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar mengikuti arah garis diagonal. Pola tersebut mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang mendekati normal, sehingga asumsi normalitas dapat dikatakan terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dianggap tidak terjadi jika $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,10$. Hasil pengujian terkait hal ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	,684	1,463
	Kualitas Pelayanan	,684	1,463

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data, 2025 Berdasarkan uji multikolinearitas, diperoleh nilai VIF sebesar 1,463 dan nilai tolerance sebesar 0,684. Karena VIF berada di bawah 10 dan tolerance lebih besar dari 0,1, maka model regresi ini tidak mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas.

Uji Autokorealitas

Uji autokorelasi berfungsi untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesalahan gangguan di periode t (periode sekarang) dan kesalahan gangguan di periode $t-1$ (periode sebelumnya). Untuk penelitian ini, uji autokorelasi yang diterapkan adalah uji Durbin-Watson.

Tabel 5 Hasil Uji Durbin Watson
Model Summary^b

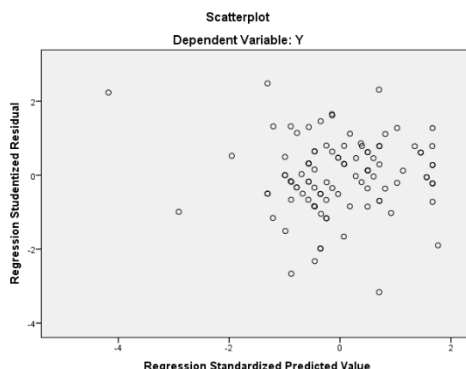
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,843 ^a	,711	,705	2,04583	1,978

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Mengacu pada hasil dalam tabel, nilai Durbin Watson yang diperoleh adalah 1,978. Berdasarkan nilai du sebesar 1,7152 dan perhitungan $4-du$ sebesar 2,2848 untuk $k=2$ dan $n=100$, maka dapat dilihat bahwa $1.7152 < 1,978 < 2.2848$. Karena nilai Durbin Watson berada di antara du dan $4-du$, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Gambar scatterplot menunjukkan persebaran titik yang acak di atas dan di bawah garis horizontal nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola khusus. Hal ini menandakan bahwa data tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Untuk memperkuat hasil tersebut, dilakukan uji tambahan menggunakan metode Glejser. Jika nilai signifikansi masing-masing variabel lebih

dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model bebas dari heteroskedastisitas. Hasil pengujian glejser ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas - Uji glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,107	,917		3,388	,001
	X1	-,026	,034	-,091	-,755	,452
	X2	-,023	,026	-,104	-,858	,393

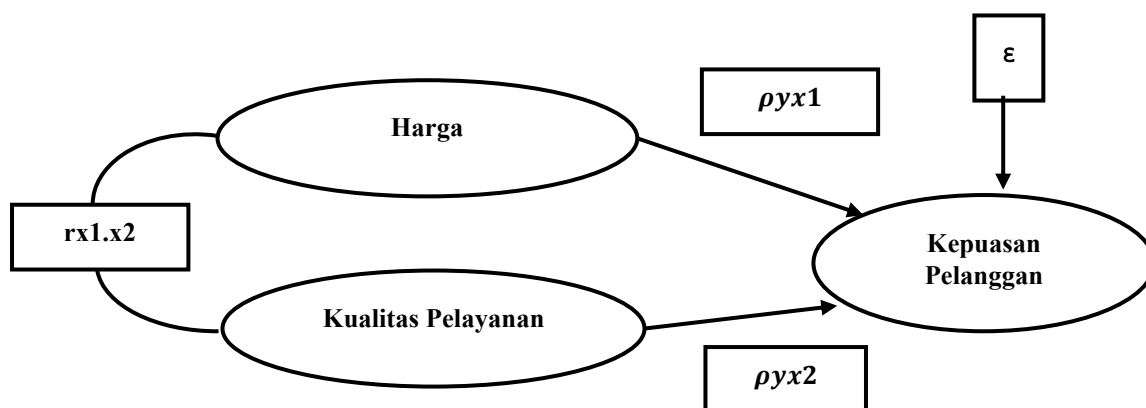
a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Sebagaimana ditunjukkan melalui hasil uji Glejser, seluruh variabel memiliki tingkat signifikansi yang melebihi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan metode *path analysis* guna mengukur besarnya pengaruh antar variabel serta mengevaluasi hubungan yang terjadi di antara variabel-variabel yang diteliti.



Gambar 3 Model Analisis Jalur

Analisis Koefisien Jalur

Tabel 7 Hasil Koefisien Jalur
Coefficients^a

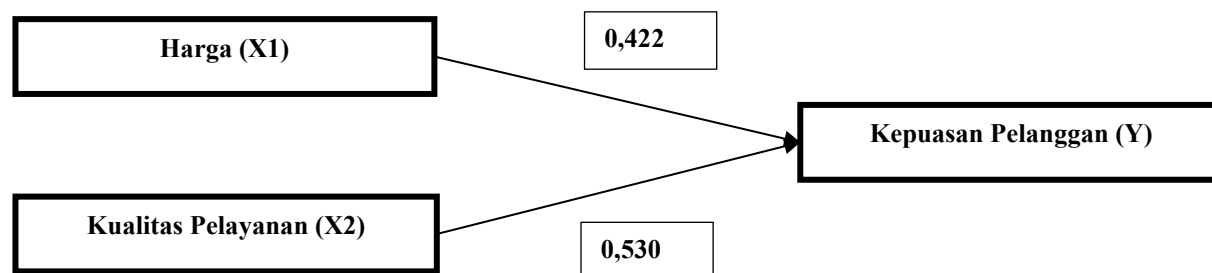
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,894	1,445		-,619	,538
	Harga	,340	,053	,422	6,382	,000
	Kualitas Pelayanan	,335	,042	,530	8,029	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Mengacu pada Tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas, yakni harga dan kualitas pelayanan, terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Hubungan ini dapat dijelaskan melalui diagram berikut:



Gambar 4 Analisis koefisien jalur

Berdasarkan pada Gambar 4.6, diketahui bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan koefisien sebesar 0,422. Ini mengindikasikan bahwa semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan pelanggan cenderung meningkat. Kualitas Pelayanan (X2) berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan koefisien sebesar 0,530. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Jika dibandingkan dengan variabel harga, pengaruh Kualitas Pelayanan tampak lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang optimal memiliki peran lebih besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee.

Analisis Koefisien Korelasi

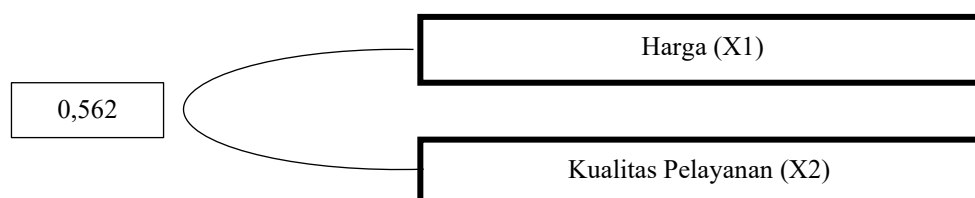
Tabel 8 Nilai Hubungan Antar Variabel

Correlations			
		Harga	Kualitas Pelayanan
Harga	Pearson Correlation	1	,562**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,562**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan. Hubungan tersebut dapat digambarkan melalui ilustrasi berikut:



Gambar 5 Hubungan Korelasi Variabel Harga dan Kualitas Pelayanan

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Untuk mengetahui hubungan antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), digunakan uji Korelasi Pearson (r) dengan nilai antara -1 hingga +1. Nilai $r = -1$ menunjukkan korelasi negatif sempurna, $r = 0$ tidak ada hubungan, dan $r = +1$ menunjukkan hubungan positif

sempurna.

Tabel 9 Interpretasi Nilai Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Lemah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,562, yang menandakan adanya hubungan positif dengan tingkat korelasi yang sedang.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

**Tabel 10 Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,705	2,04583

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2025

Besarnya nilai R Square (R²) pada tabel di atas yaitu sebesar 0,711. Berikut cara menghitung Koefisien Determinasi dalam bentuk persentase yaitu dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,711 \times 100\% = 71,1\%$$

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 71,1%. Sementara itu, faktor di luar variabel yang diteliti menyumbang persentase sisanya, yang dapat dihitung melalui rumus berikut:

$$e = 1 - R^2$$

$$e = 1 - 0,711 = 0,289$$

Jika dibuat dalam bentuk persen yaitu sebagai berikut:

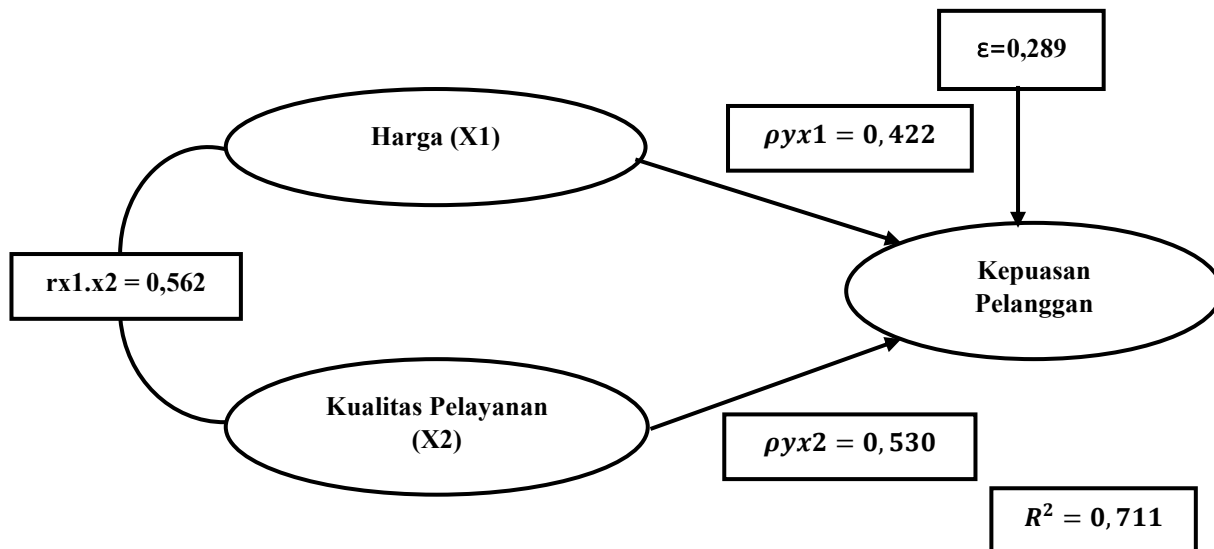
$$e = 0,289 \times 100\%$$

$$e = 28,9\%$$

Nilai sebesar 28,9% mengindikasikan adanya pengaruh dari variabel lain di luar model terhadap kepuasan pelanggan. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu harga dan kualitas pelayanan, berkontribusi sebesar 71,1% terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Adapun sisanya sebesar 28,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam studi ini.

Model Persamaan Struktural

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur, koefisien korelasi, serta koefisien determinasi (R²) yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, diketahui adanya hubungan korelasional antara variabel independen harga dan kualitas pelayanan, serta pengaruh keduanya terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan dan pengaruh tersebut dapat divisualisasikan dalam model sebagai berikut:



Gambar 6 Model Penelitian dengan Analisis Jalur

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi dan jalur, diketahui bahwa harga berkontribusi sebesar 0,422 terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan menyumbang sebesar 0,530. Korelasi antara kedua variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan, tercatat sebesar 0,562. Sementara itu, nilai 0,289 menunjukkan pengaruh dari aspek-aspek di luar variabel yang diteliti.

Pada model penelitian menggunakan analisis jalur dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan, sehingga dapat dituliskan persamaan struktural secara sistematis sebagai berikut :

$$Y = 0,422 X_1 + 0,530 X_2 + 0,289 \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

ε : Error/variabel lain yang tidak diteliti

Adapun penjelasan dari persamaan struktural diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai koefisien jalur sebesar 0,422 pada variabel harga (X1) menunjukkan bahwa peningkatan persepsi pelanggan terhadap harga, dengan asumsi variabel lain tidak berubah, akan berdampak pada naiknya kepuasan pelanggan sebesar 0,422.
2. Nilai koefisien sebesar 0,530 untuk variabel kualitas pelayanan (X2) mengindikasikan bahwa jika pelayanan yang diberikan semakin baik, sementara variabel lainnya tidak berubah, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,530.
3. Nilai koefisien 0,289 mengindikasikan adanya pengaruh dari variabel lain di luar harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jika kedua variabel utama tidak berubah, maka sisa pengaruh berasal dari faktor eksternal sebesar 0,289.

Uji T Parsial

Uji T (uji parsial) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai Thitung > Ttabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial. Dalam penelitian ini, Ttabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (df) sebesar 96 dan tingkat signifikansi 0,05, sehingga diperoleh nilai Ttabel sebesar 1,958.

**Tabel 11 Hasil Uji Pasrial (Uji t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,894	1,445		-,619	,538
	Harga	,340	,053	,422	6,382	,000
	Kualitas Pelayanan	,335	,042	,530	8,029	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Berdasarkan data pada tabel diatas, maka diketahui nilai t hitung dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan SPSS versi 22. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,382 > t_{tabel} 1,985 dan nilai dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} > t_{tabel} dan nilai sig. < 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, variabel harga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SSPS 22 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,029, dengan t_{tabel} 1,985 dan nilai sig. 0,000. Hal ini mengidentifikasi bahwa nilai t_{hitung} > t_{tabel} dan nilai sig. < 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffe Javan Surili.

Uji F Simultan

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel atau melalui nilai signifikansi (Sig.). Jika Fhitung melebihi Ftabel atau nilai Sig. kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, yang berarti kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai Ftabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (df) = 2;97 dan taraf signifikansi 0,05, sehingga diperoleh Ftabel sebesar 3,09.

Tabel 12 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	996,766	2	498,383	119,076	,000 ^b
	Residual	405,984	97	4,185		
	Total	1402,750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: hasil pengolahan data, 2025

Berdasarkan tabel diatas , diperoleh $F_{hitung} = 119,076 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai Sig. sebesar 0.000 < 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, analisis data menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti

harga dan kualitas pelayanan secara simultan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili.

Pembahasan

1. Hubungan Harga dan Kualitas Pelayanan di Jabarano Coffee Javan Surili

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga dan kualitas pelayanan dengan koefisien korelasi sebesar 0,562, yang termasuk kategori sedang. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, semakin wajar harga yang ditetapkan dinilai oleh mereka. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran Kotler & Armstrong (2017) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan biaya, termasuk kualitas pelayanan dan harga.

Penelitian ini juga sejalan dengan Indra & Kosasih (2023) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan yang optimal berhubungan erat dengan persepsi harga yang positif. Ketika pelanggan mendapatkan layanan yang baik, mereka cenderung menerima harga sebagai sesuatu yang adil dan pantas. Dengan demikian, keterkaitan antara harga dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili

Analisis statistik memperlihatkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0,422. Indikator harga seperti keterjangkauan, kesesuaian dengan mutu, tingkat kompetitif, serta keselarasan dengan manfaat yang diterima, berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Uji t menunjukkan nilai signifikan ($t\text{-hitung } 6,382 > t\text{-tabel } 1,985$; sig. 0,000), sehingga harga terbukti memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.

Mayoritas pelanggan menilai harga di Jabarano Coffee Javan Surili tergolong terjangkau dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, baik dari segi cita rasa kopi, suasana, maupun layanan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Johan (2023), Amir & Santi (2024), serta Octadina et al. (2024) yang juga menemukan pengaruh positif harga terhadap kepuasan. Dengan demikian, strategi penetapan harga yang tepat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili

Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0,530. Uji t menunjukkan hasil signifikan ($t\text{-hitung } 8,029 > t\text{-tabel } 1,985$; sig. 0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti ketepatan waktu penyajian, keramahan staf, serta kenyamanan lingkungan kafe, menjadi penentu utama terbentuknya kepuasan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Salsabillah et al. (2024), Winata (2023), serta Sundari (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan pelayanan yang optimal, pelanggan merasa lebih puas dan berpotensi loyal, baik melalui kunjungan ulang maupun rekomendasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi utama dalam menjaga kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili

Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun keduanya berperan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih dominan. Hal ini terlihat dari aspek pelayanan seperti assurance, responsiveness, reliability, empathy, dan tangibles yang sangat memengaruhi kepuasan pelanggan ketika didukung oleh penetapan harga yang sesuai.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Nuranti et al. (2024), Herlina & Aurelia (2023), serta Marwa & Astini (2023) yang menegaskan bahwa harga dan kualitas pelayanan bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, strategi peningkatan mutu pelayanan

yang disertai kebijakan harga yang tepat tidak hanya meningkatkan kepuasan jangka pendek, tetapi juga berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di Jabarano Coffee Javan Surili dinilai cukup baik, meskipun masih terdapat aspek yang perlu diperbaiki seperti ketidakstabilan harga dan kecepatan pelayanan. Terdapat hubungan antara harga dan kualitas pelayanan sebesar 56,2% (kategori sedang), yang berarti semakin baik pelayanan maka semakin layak harga dinilai oleh pelanggan. Secara parsial, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,4%, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh lebih besar yaitu 40,7%. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 71,1%, sementara sisanya 28,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini, seperti variasi menu, promosi, dan konsistensi pelayanan.

Daftar Pustaka

Buku:

- Ahmad Fauzi, Baiatun Nisa, D. N., & Fitri Abdillah, A A Gde Satia Utama, Candra Zonyfar, Rini Nuraini, Dini Silvi Purnia, Irma Setyawati, Tiolina Evi, Silvester Dian Handy Permana, M. S. S. (2022). *Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Skripsi*.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2005). *Gender Dan Kewirausahaan : Pendekatan Etnografi* (Issue November 2015).
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. M. Dr. Hartini, S.E., Ed.). Media Sains Indonesia.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing*. <https://doi.org/10.1093/Oseo/Instance.00295839>
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Ctt. Herman S.E., M.Si., Ed.; 1st Ed.).
- Rifa'i Abubakar, M. A. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st Ed.). Suka-Press Uin Sunan Kalijaga.
- Rosdiana, Fransina, Utam, S., Yulaeka, Febria, C., Apriyant, Pristina, N., Yasti, M. A., & Ernita, L. (2021). *Gender Dan Kesehatan*. In *Sustainability (Switzerland)*.
- Sarwono, J. (2022). *Penelitian Kuantitatif Menggunakan* (1st Ed.). Gava Media.
- Service, B., & Statistics, A. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan Dan Minuman* (Barudin, Ed.; Volume 7 2). ©Badan Pusat Statistik/Bps-Statistics Indonesia.
- Singodimedjo. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. In *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (S. Dani Pratama, Ed.; 1st Ed., Vol. 11, Issue 1). Uir Press
- ### Jurnal:
- Aisah, S., Ramadani, I., Dewi, S., Yanti, J. P., Maulina, P., Randa, T., Mahendra, S., Gery, N., & Khairuddin, H. (2024). *Pengaruh penerapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada kafe top anda*. 10(1), 112-119.

- Amir, M., & Santi, I. N. (2024). Pengaruh Suasana Café Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Koniciwa Di Kota Palu). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 235-245. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v21i2.16117>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana. *Jurnal Ecopreneur*.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 3(2), 139-146.
- Az-zahira, G., & Waryono. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Petto Resto dan Cafe Kota Payakumbuh. 276-281. [http://eprints.polbeng.ac.id/13566/%0Ahttp://eprints.polbeng.ac.id/13566/2/TA-5103201440-BAB I Pendahuluan.pdf](http://eprints.polbeng.ac.id/13566/%0Ahttp://eprints.polbeng.ac.id/13566/2/TA-5103201440-BAB%20I%20Pendahuluan.pdf)
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175-182.
- Hendriana, T. I., & Irawan, N. (2024). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, 913-921. <https://doi.org/10.54099/ijibr.v1i1.253>
- Herlina, M. G., & Aurelia, J. J. (2023). The Impact of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty. 601-611. <https://doi.org/10.46254/na07.20220166>
- Indra, K., & Kosasih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hopespace Coffe & Eatery Indramayu Kevin. *Kevin Indra Delaorent*, 7(2), 99-108.
- Johan. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Shopee in Pekanbaru City. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(4), 435-447. <http://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/index>
- Kiabeni, A. M., Sapari, L. S. J., & Renouw, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Jiwa Siswa Kampung Baru Kota Sorong. *Journal on Education*, 5(4), 11813-11823. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2138>
- Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(2), 374-387. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438>
- Marwa, R., & Astini, R. (2023). Influence of Service Quality, Price Perception and Quality of the Customer Experience Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Variable Intervening. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 8(08), 202-214. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2023.v08i08.004>
- Mervin, S., Program, T., Bisnis, S. A., Bisnis, S. T., Dua, M., & Bitung, S. (2024). Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1).
- Munandar, D. (2020). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions that Impact on Consumer Satisfaction at Deolin.Co-Chocolate & Cookies In Bandung City. *Pinisi Discretion Review*, 3(2), 361-366.
- Mulyadi, M. I., & Nashir, A. (2022). Implementasi Perizinan Impor Bawang Putih (Studi Kasus Distributor Bawang Putih CV Niko Ester). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 669-680.
- Nuranti, B. R., Rahayu, S., Ansori, A. D., Shofro, P. A., Tibaroiya, M. A., & Nugroho, A. A. (2024). Service Quality , Price , and Customer Loyalty : Moderating Role of Customer Satisfaction. 4.
- Otgonzul, B. (2021). Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty : Study Organized Gold ' s Gym. 8(5), 105-113.
- Octadina, W., Satriawan, B., & Khaddafi, M. (2024). The Effect Of Trust, Service Quality And Price On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable At Jne Tanjung Pinang Branch. *International Journal of Economics, Commerce, and*

Management, No. 4 Octo, 173-188.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62951/ijecm.v1i4.224>

- Oktavia, N. I. N., Mukti, Y. Y., & Liansari, G. P. (2024). The Effect of Price, Risk, and Service Quality, on Customer Satisfaction with Brand Image as Moderating Variable at Coffee Shop X. *E3S Web of Conferences*, 484. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202448401012>
- Rachmawati, D. I., & Jaenudin, J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. *Smart Management Journal*, 3(1), 21-27. <https://doi.org/10.53990/smj.v3i1.201>
- Rahman, F., Samboga, R., Nugroho, F. B., Bangkit, M. R., Irmansyah, C., & Romich. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Aksioma : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461-472. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
- Salsabillah, A. R., Bahari, H. K., & Mustikasari, F. (2024). Product Quality, Service Quality, Price, and Location Influence Towards Coffee Shop Customer's Satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1408-1423. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Suhendra, R., Harianto, & Taryana, A. (2024). The influence of service quality and price on consumer satisfaction. *Journal of Economics and Business Letters*, 4(1), 23-32. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v4i1.271>
- Sundari, D. J. (2022). Analysis of Self-Service Quality on Customer Satisfaction at All You Can Eat Restaurants in Bandung City, Indonesia Analisis Kualitas Layanan Self-Service terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran All You Can Eat Kota Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 3(3), 71-80. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Winata, E. (2023). The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction. *International Journal of Law Policy and Governance*, 2(1), 1-2. <https://doi.org/10.54099/ijlpg.v2i1.546>
- Website:
- Nurman, Sukri, A., & Suryani, L. (2023). *Administrasi Bisnis*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Administrasi/b0ZDEQAAQBAJ?hl=id
- Dinas kebudayaan dan pariwisata. (n.d.). Jumlah Rumah Makan/Restoran Dan Kafe Jawa Barat. 12 Maret 2025. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/data-rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>