

PENGARUH HARGA YANG KOMPETITIF TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TOLERANSI KOPI

Esti Julianti^{1*}, Naufalica Fayza Andita Putri²
^{1,2}Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: estijull37@gmail.com, naufalicadita@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of competitive pricing on customer satisfaction levels at Toleransi Yogyakarta. Price is a crucial factor that customers consider when making purchasing decisions and shaping perceptions of the value of a product or service. This research employs a quantitative approach with a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to customers of Toleransi Yogyakarta who have made a purchase at least once. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 29 respondents. Data analysis was conducted using simple linear regression analysis to determine the extent of the influence of competitive pricing on customer satisfaction. The results indicate that competitive pricing has a positive and significant effect on customer satisfaction levels at Toleransi Yogyakarta. This suggests that the more appropriate and affordable the prices offered, the higher the level of customer satisfaction. This research is expected to serve as a consideration for Toleransi Yogyakarta in determining pricing strategies to maintain and enhance customer satisfaction.*

Keywords: *Competitive Price; Customer Satisfaction; Consumer Behavior; Toleransi Yogyakarta*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga yang kompetitif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Yogyakarta. Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian serta membentuk persepsi terhadap nilai suatu produk atau jasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toleransi Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 29 responden. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel harga yang kompetitif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Toleransi Yogyakarta dalam menetapkan strategi harga guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga Kompetitif; Kepuasan Pelanggan; Perilaku Konsumen; Toleransi Yogyakarta

Article History

Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 1620
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/)

1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan pelanggan dengan memberikan nilai terbaik melalui produk maupun jasa yang ditawarkan. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai tersebut adalah harga. Harga yang kompetitif tidak hanya dipahami sebagai harga yang rendah, tetapi juga harga yang sebanding dengan kualitas, manfaat, dan pelayanan yang diterima pelanggan. Menurut Tjipto (2019) kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa.

Toleransi Yogyakarta sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan usaha sejenisnya. Pelanggan cenderung membandingkan harga yang ditawarkan dengan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan oleh para pesaing. Penelitian yang dilakukan Lupiyoadi (2018) menyebutkan bahwa harga yang sesuai dengan persepsi pelanggan akan meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana pengaruh harga yang kompetitif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Yogyakarta.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah jam uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Harga yang kompetitif ditetapkan dengan mempertimbangkan harga pasar dan harga pesaing tanpa mengabaikan kualitas produk dan kemampuan beli konsumen. Menurut Alma (2016) harga kompetitif dapat memberikan keunggulan bersaing apabila mampu menciptakan persepsi nilai yang lebih baik di mata pelanggan dibandingkan pesaing.

Harga yang kompetitif memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terukur dan objektif. Pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara harga yang kompetitif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Yogyakarta.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variabel Harga yang Kompetitif dan Kepuasan Pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan hasil Toleransi Kopi Yogyakarta lebih banyak diminati oleh pelanggan perempuan, rentang usia pelanggan pada 20

- 25 tahun dengan status mahasiswa, karyawan, dan lainnya yang rata - rata pernah berkunjung ke Toleransi Kopi Yogyakarta lebih dari satu kali.

Analisis Regresi Linier

$$Y = 0,121 + 0,928X$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, nilai konstanta sebesar 0,121 menunjukkan bahwa apabila harga yang kompetitif dianggap konstan ($X = 0$), maka tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta berada pada nilai 0,121. Koefisien regresi harga yang kompetitif sebesar 0,928 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi harga yang kompetitif akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,928 satuan.

Hasil Uji Statistik

Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang kompetitif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta . Dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,863. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 86,3% variasi kepuasan pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta dapat dijelaskan oleh variabel harga yang kompetitif, sedangkan sisanya 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana tempat, dan faktor lainnya.

Interpretasi dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas produk, pelayanan, serta pengalaman yang diperoleh selama berkunjung.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kompetitif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toleransi Kopi Yogyakarta didapatkan hasil pada analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum responden menilai harga yang ditetapkan oleh Toleransi Kopi Yogyakarta berada pada kategori kompetitif karena harganya dianggap terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan. Pada nilai koefisien menunjukkan bahwa sebesar 86,3% kepuasan pelanggan karena harganya dan 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa harga yang kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan diterima.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah Penetapan harga di Toleransi Kopi Yogyakarta hendaknya terus disesuaikan dengan kualitas produk, pelayanan, serta daya beli pelanggan agar tingkat kepuasan pelanggan dapat terus meningkat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan pembandingan untuk penelitian selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis memberikan arahan dan masukan berharga selama proses penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Toleransi Kopi Yogyakarta yang telah memberikan izin sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan untuk pihak - pihak yang berkontribusi membantu dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.