

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI DOELOE KALISAT JEMBER (STUDI KASUS PADA KEDAI DOELOE KALISAT JEMBER)

Dendi Suharmadi^{1*}, Retno Endah Supeni², Yusron Rozzaid³

¹Manajemen, Rkonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

²Manajemen, Rkonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

³Manajemen, Rkonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak: Pada saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis, perubahan pada dunia bisnis ditandai dengan gaya hidup dan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Sehingga pemasaran menjadi sangat diperlukan untuk mendorong kemajuan bisnis, salah satunya pada usaha bisnis cafe. Objek penelitian yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Kedai Doeloe Kalisat Jember, café tersebut dipilih karena merupakan salah satu café yang tetap bertahan ditengah persaingan bisnis pada bidang jasa makanan dan minuman yaitu café. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Doeloe Kalisat Jember. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Kedai Doeloe Kalisat Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 90 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Doeloe Kalisat Jember.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan.

Abstract: At this time a lot of progress and changes are happening in the business world, changes in the business world are marked by lifestyles and increasingly sophisticated technological advances. So that marketing becomes indispensable to encourage business progress, one of which is in the cafe business. The object of research raised in this study is Kedai Doeloe Kalisat Jember, the cafe was chosen because it is one of the cafes that survives in the midst of business competition in the food and beverage service sector, namely a café. The purpose of this study was to determine and analyze the quality of service, product quality and price had a significant effect on customer satisfaction at Kedai Doeloe Kalisat Jember. This type of research is causality research. The population in this study are consumers of Kedai Doeloe Kalisat Jember. The sample used was 90 respondents using a purposive sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that service quality, product quality and price have a significant effect on customer satisfaction at Kedai Doeloe Kalisat Jember.

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

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis makanan atau usaha yang juga merasakan Ketatnya persaingan yang ada mengharuskan para pemilik Cafe tidak hanya memikirkan cita rasa yang akan dijual, melainkan banyak

aspek yang harus di pertimbangkan dengan baik agar tetap dapat mempertahankan Konsumen yang sudah ada untuk Cafe yang telah lama berdiri serta dapat menjaring Konsumen baru dan untuk Cafe baru, menjaring Konsumen

yang banyak berfungsi untuk membuat usahanya semakin berkembang dengan baik. Menurut Kotler (2002) dalam meningkatkan persaingan masing – masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera Konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perilaku Konsumen. Berdasarkan kenyataan yang ada, perusahaan dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi tepat agar tidak terselisih dalam persaingan. Perusahaan juga harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama.

Strategi dalam mempertahankan Pelanggan, perusahaan harus dapat memberi Pelayanan yang maksimal dalam memuaskan Pelanggan. Loyalitas Pelanggan dapat terjadi apabila harapan benar – benar terwujud demikian pula sebaliknya, jika Pelanggan semakin puas, maka mereka akan kembali membeli produk kita dan membicarakan hal tersebut kepada orang lain secara menguntungkan. Salah satu strategi usaha untuk mempertahankan Pelanggan yaitu dengan memperbaiki Kualitas Pelayanan. Kualitas Layanan adalah salah satu kunci sukses agar dapat bertahan pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Sehingga perusahaan harus mampu memberikan layanan sesuai dengan keinginan Konsumen serta dapat memuaskan Konsumennya. Variabel – variabel yang termasuk di dalamnya adalah keandalan (reliability), daya tangkap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangible). Pada dasarnya Loyalitas Konsumen sangat terpengaruh pada Pelayanan yang diberikan oleh produsen. Persaingan dunia bisnis juga memperhatikan setiap variabel yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen, karena setiap variabel harus berjalan

selaras untuk menciptakan Loyalitas Konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen yaitu Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Harga.

Menurut Tjiptono (2010) layanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani Pelanggan supaya Konsumen mendapatkan Kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Kualitas Layanan adalah salah satu kunci dalam membantu perusahaan agar tetap bisa menjaga Pelanggan nya tetap loyal. Selain itu Kepuasan merupakan perasaan kecewa maupun senang sebagai hasil perbandingan dari hasil atau penampilan produk yang diterima beserta harapannya. Ketika Konsumen merasa senang dengan hasil atau penampilan dari produk tersebut, maka ia akan merasa puas terhadap produk tertentu. Menurut Tjiptono (2010) Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian Runtuwu dkk (2014), Pelanggan tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Kualitas Pelayanan akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil Penelitian Worodiyanti dan Maspiyah (2016) Kualitas Pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan Pelanggan serta ketetapan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan Pelanggan. Pada umumnya Pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul Kepuasan. Dengan demikian, Pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen setelah menerima pelayanan

dimana kinerjanya melebihi dari harapan konsumen (Qomariah, 2016). Hasil studi Aditya dan Kusumadewi (2017) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut Johns dan Howard (1998), Kualitas Makanan juga dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. layanan utama yang ditawarkan oleh Cafe adalah memenuhi kebutuhan dasar manusia. Menurut Essinger dan Wylie yaitu membagi suatu produk, khususnya makanan dalam beberapa kategori seperti Kualitas dalam hal rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu yang ditawarkan, cita rasa yang khas, higienitas atau kebersihan, dan inovasi. Cafe yang mampu memberikan makanan yang berkualitas akan memberikan Kepuasan bagi Pelanggan.

Menurut Kotler dan Amstron (2008) Kualitas Produk merupakan salah satu tujuan utama dalam perusahaan, sebab Kualitas adalah salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi Kepuasan kepada Pelanggan. Begitu pula dengan Cafe kedai Doeloe yang menawarkan berbagai menu makanan. Perlu menjaga Kualitas akan produknya dan terus berinovasi agar dapat memuaskan keinginan Pelanggan. Dan juga setiap makanan yang ditawarkan memiliki citra rasa yang enak dan sesuai dengan selera atau ekspektasi Konsumen sehingga dapat membuat Konsumen merasa puas. Namun setiap tambahan Kepuasan Pelanggan, tentunya Harga harus diperhatikan. Pelanggan pasti merasa puas apabila Kualitas Makanan yang dibeli terasa nyaman atau enak dan Harganya juga menyesuaikan. Kedua hal ini akan membuat Pelanggan puas dan perusahaan tersebut bisa memenangkan persaingan bisnis yang ada.

Saat ini bisnis Café di Kecamatan Kalisat Jember dari waktu ke waktu

semakin di nikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Setiap tahun rata – rata jumlah Cafe di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember bertambah. Banyak Cafe –Cafe baru baru bermunculan dengan konsep dan ide – ide yang baru dengan tujuan untuk dapat menarik Konsumen. Dengan banyak Cafe yang bermunculan, membuat Cafe yang telah lama berdiri harus berinovasi untuk tetap dapat mempertahankan Konsumennya. Fenomena ini setidaknya mendorong pemasar untuk meraih dan menggunakan kesempatan tersebut guna memasarkan produk dalam kerangka pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan. Kedai Doeloe Kalisat Jember diangkat menjadi objek penelitian ini karena Kedai Doeloe Kalisat Jember tetap bertahan walau banyak kompetitor yang baru berdiri, Kedai Doeloe Kalisat Jember selalu mengedepankan kepuasan bagi pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan juga memberikan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Kedai Doeloe Kalisat Jember saat ini telah mengalami penurunan jumlah pengunjung dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel. 1.1
Jumlah Pengunjung Kedai Doeloe Kalisat Jember Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1.892
2	Februari	1.877
3	Maret	567
4	April	514
5	Mei	798
TOTAL		5.648

Sumber : Kedai Doeloe Kalisat Jember, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung ada Kedai Doeloe Kalisat Jember mengalami fluktuasi, hal ini dapat terjadi karena perubahan sikap perilaku konsumen, baik dari segi kepuasan maupun keputusan

konsumen dalam membeli produk Kedai Doeloe Kalisat Jember. Beberapa faktor yang menjadi alasan jumlah pengunjung mengalami fluktuasi yaitu diantaranya Kurangnya pelayanan saat penyajian yang baik untuk seluruh pelanggan pada Kedai Doeloe Kalisat. Selain itu kurangnya fasilitas wifi untuk memberikan kenyamanan memenuhi kepuasan pelanggan pada Kedai Doeloe Kalisat, Pelanggan yang merasa tidak puas dengan keluhan, hal ini tentu menjadi catatan negatif yang tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya Kepuasan Pelanggan. Kedai Doeloe Kalisat Jember berusaha terus untuk meningkatkan Kualitas produknya guna untuk memuaskan dan mencukupi apa yang diinginkan pelanggan. Rasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan, Sehingga para pelanggan menjadi puas terhadap Kedai Doeloe Kalisat Jember. ketiga kurangnya pada Cafe Kedai Doloe Kalisat yaitu perlu inovasi tambahan menu yang bervariasi supaya pelanggan tertarik dan memberikan kenyamanan tersendiri untuk pelanggan baru. Selain itu Harga menentukan Kualitas menu yang disajikan. Dalam hal ini Peneliti mengambil tema tentang adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Food Quality, Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Doeloe Kalisat Jember. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Kedai Doeloe Kalisat Jember, maka peneliti tertarik menganalisa dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Doeloe Kalisat Jember”.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung ikut dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan

mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel dan Miniard, 1994).

Menurut kotler dan amstrong (2014) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka tamu hotel tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka akan merasa gembira dan sangat puas.

Menurut Tjiptono (2011) menyatakan bahwa Pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara Konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah Konsumen. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa Pelayanan merupakan aktivitas yang diberikan kepada Konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, disediakan sebagai solusi atau masalah Konsumen. Layanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia jasa pada Konsumen, bisa berupa benda dan objek lainnya, hal ini ditulis oleh Lovelock and Wirtz (2011) yang menyatakan layanan adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berbasis waktu, kinerja membawa hasil yang diinginkan ke penerima, benda atau asset lainnya adalah tanggung jawab pembeli.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan

pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh Pelanggan dari produsen ialah Kualitas Produk dan jasa yang paling tertinggi. Kualitas ialah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau Pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah-ubah. Dalam kegiatan jual beli Harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena Harga yaitu alat tukar dalam transaksi. Harga juga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk yang diPasarkan. Definisi lain dikemukakan oleh Alma (2011), mengemukakan bahwa Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut Buchory dan Saladin (2010) mengatakan bahwa Harga adalah komponen yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.

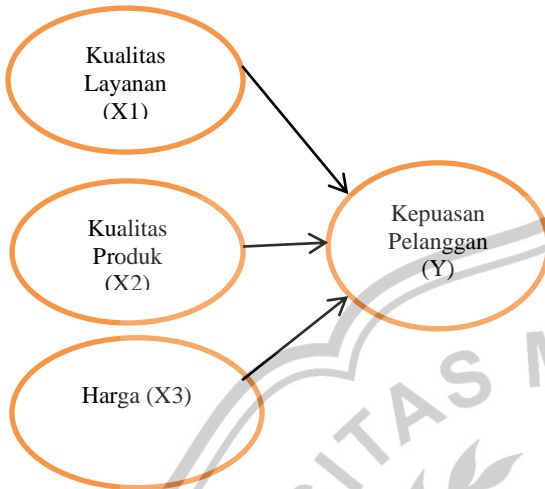
1. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2014) hasil Penelitian menunjukkan Kualitas Layanan dan Kualitas Produk bisa berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Sementara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk sangat berpengaruh Signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas Produk berpengaruh secara Signifikan terhadap Kepuasan nasabah dan Kepuasan nasabah berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas nasabah.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Worodiyanti dan Maspiyah (2016) hasil Penelitian nya menunjukkan secara parsial didapat Kualitas Produk terhitung sebesar 2,67 terhadap Kepuasan Konsumen, Harga terhitung 2,425 terhadap

Kepuasan Konsumen dan Kualitas Layanan dengan terhitung 4,061 terhadap Kepuasan Konsumen, menunjukkan masing-masing variabel berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan berpengaruh yang dominan 4,061 dibandingkan Kualitas Produk dan Harga dan secara simultan terhitung sebesar 35,483 menunjukkan bahwa Kualitas produk, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ofela dan Agustin (2016) hasil Penelitian menunjukkan pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi Surabaya. Dan dalam Penelitian ini Kualitas Produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Runtuwu dkk (2014) hasil Penelitian manunjukkan bahwa Kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas Produk berpengaruh namun tidak Signifikan terhadap Kepuasan pengguna. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan pengguna. Manajemen Cafe dan Resto Cabana Manado sebaiknya meningkatkan Kualitas Produk agar Kepuasan pengguna dapat selalu terpenuhi.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dkk (2014) hasil Penelitian menunjukkan bahwa: variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung dan

- Signifikan terhadap variabel Kepuasan ; variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ; variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ; variabel Kualitas Produk berpengaruh tidak Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan . Dengan demikian, sebaiknya Restoran McDonald' MT. Haryono malang terus meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Hal tersebut akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan membuat Pelanggan menjadi loyal.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Faizisyah (2018) hasil Penelitian menunjukkan bahwa: Tidak ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat. Terdapat pengaruh Kualitas Harga terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Terdapat pengaruh yang dominan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat dan terdapat pengaruh Kualitas produk, Kualitas Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat secara simultan.
 7. Penelitian yang dilakukan oleh Jimmy Sugianto (2013) hasil Penelitian menunjukkan bahwa: Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Harga berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Yung Ho Restourant Surabaya. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan di restouran ini adalah Kualitas Pelayanan.
 8. hasil Penelitian yang dilakukan oleh Violita wijaya (2017) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.
 9. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Septi Dan Dewi (2018) tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan dan memberikan dukungan terhadap hasil studi ini mampu mengindikasi bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan Kepuasan Tamu di Sasono Bujono Restaurant Lorin Solo Hotel. Untuk itu perusahaan dapat melakukan dorongan-dorongan kepada setiap karyawannya untuk meningkatkan Kualitas-Kualitas lainnya agar tercipta Kepuasan Konsumen dan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen.
 10. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Salsabilah Sunarti (2018) tentang Food Quality, Dining Atmosphere Dan Kesesuaian Harga Baik secara bersama-Sama maupun secara parsial mempunyai pengaruh yang Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. Sehingga pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan Pelayanan terhadap Food Quality, Dining Atmosphere Dan Kesesuaian Harga , karena Variabel tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .

Untuk mempermudah pemahaman tentang Penelitian ini penulis menggunakan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pembahasan masalah yang penulis teliti. Maka kerangka konsep yang disusun adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Sunarti (2018)

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
 H2 : Kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
 H3 : Harga berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam merancang suatu Penelitian dikenal Penelitian eksploratoris dan konklusif. Dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas Penelitian diskriptif dan kasual. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, Penelitian ini adalah Penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro, 2009).

Populasi adalah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhnya dan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam Penelitian ini adalah populasi yang menurut sifatnya merupakan populasi yang homogen. Dan populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh Pelanggan KEDAI DOELOE KALISAT JEMBER.

Sampel adalah bagian dari kecil dari suatu populasi. Dalam Penelitian ini sampel diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Dalam Penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik pengambilan sampel. Penentuan pengambilan sampel tergantung pada indikator yang digunakan Arikunto (2010). Penentuan sampel pada pada Penelitian yang menggunakan angket atau kuisioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator Penelitian. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Penelitian ini menggunakan 18 indikator dan menggunakan faktor kali angka 5 karena indikator Penelitian hanya berjumlah 18 indikator, maka jumlah sampel Penelitian ini ditetapkan sebesar $18 \times 5 = 90$. Kemudian dibulatkan menjadi 90 responden. Alasan Peneliti mengambil angka 5 karena jumlah indikator yang berjumlah 18 untuk mendekati 100 sampel harus dikalikan 5 dengan jumlah 90 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Nilai Konstanta

Berdasarkan persamaan diatas, didapatkan nilai konstanta sebesar 0,666 yang berarti bahwa nilai dari variable independen Kualitas

- Layanan, Kualitas Produk dan Harga sama dengan nol, maka Kepuasan Pelanggan pada Kedai Doeloe Kalisat Jember sebesar 0,666 satuan.
2. Kualiatas Layanan (X1)
 Nilai koefisien regresi variable bernilai positif sebesar 0,245, artinya setiap kenaikan satu satuan variable tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan 0,245.
 3. Kualitas Produk (X2)
 Nilai koefisien regresi variable bernilai positif sebesar 0,525, artinya setiap kenaikan satu satuan variable tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan 0,525.
 4. Harga (X3)
 Nilai koefisien regresi variable bernilai positif sebesar 0,440, artinya setiap kenaikan satu satuan variable tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan 0,440.
1. Variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
 Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variable Kualitas Layanan (X1) adalah $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (h1 diterima).
 2. Variabel Kulitas Produk (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
 Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variable Kualitas Produk (X2) adalah $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (h2 diterima).
 3. Variabel Harga (X3) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
 Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variable Harga (X3) adalah $0,028 < 0,05$. Hal ini berarti Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (h3 diterima).
- Variabel memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,825. Hal ini berarti variable terikat Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Variabel bebas Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga sebesar 82,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variable bebas mempengaruhi sebanyak 82,5%, variable terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable lain diluar variable. Misalnya promosi penjualan, keputusan pembelian dan kepercayaan.
- Hipotesis pertama yang telah dipaparkan bahwa kualitas layanan pada Kedai Doeloe Kalisat Jember berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas layanan yang ada pada Kedai Doeloe Kalisat Jember yaitu pertama ketepatan waktu pelayanan Kedai Doeloe Kalisat Jember, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses pemesanan produk konsumen, kedua Akurasi Pelayanan Kedai Doeloe Kalisat Jember, yang meliputi bebas dari kesalahan pemesanan, ketiga Kesopanan dan keramahan karyawan Kedai Doeloe Kalisat Jember dalam memberikan Pelayanan, keempat Kemudahan mendapatkan Pelayanan Kedai Doeloe Kalisat Jember, misalnya banyaknya karyawan yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung dan kelima yaitu Kenyamanan dalam memperoleh Pelayanan Kedai Doeloe Kalisat Jember, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat Pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Sukamuljo et al., 2021), (Pahlevi et al., 2021), (Putro et al., 2014), (Harun, 2015), (Kuntari et al., 2016), (Atmanegara et al., 2019), (Ariska et al., 2020), (Qomariah,

2012), (Nursaid et al., 2020), (Yanuar et al., 2017), (Anggriana et al., 2017), (Setiawan et al., 2019), (Qomariah, Budiastuti, et al., 2020), (Muharmi & Sari, 2019), (Qomariah, Fahrurrozi, et al., 2020), (Ratnasari & Gumanti, 2019), (Maskur et al., 2016), (Juniantara & Sukawati, 2018), (Fahmi et al., 2020), (Qomariah et al., 2021), yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua yang telah dipaparkan bahwa kualitas produk pada Kedai Doeloe Kalisat Jember berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas produk yang ada pada Kedai Doeloe Kalisat Jember yaitu pertama Menu produk Kedai Doeloe Kalisat Jember yang bervariasi, yaitu banyaknya aneka jenis makanan atau minuman yang berbeda-beda untuk menarik keinginan Pelanggan yang diinginkan, kedua Cita rasa dari produk Kedai Doeloe Kalisat Jember sesuai dengan harapan Konsumen, yaitu keinginan jenis makanan atau minuman yang diinginkan oleh customer supaya mendapatkan nyaman cita rasa yang diharapkan, ketiga Produk yang disajikan Kedai Doeloe Kalisat Jember dijamin higienis, yaitu kebersihan dalam menu yang disajikan agar Kualitas terjaga dari produk yang diberikan, dan keempat Porsi produk Kedai Doeloe Kalisat Jember yang pas, yaitu produk yang disajikan tidak terlalu banyak dan tidak juga terlalu sedikit. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Ofela dan Agustin (2016) dan Sembiring dkk (2014), (Anggraeni, Dita Putri dan Kumadji, 2016), (Wedarini, 2013), (Pusparani & Rastini, 2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga yang telah dipaparkan bahwa harga pada Kedai

Doeloe Kalisat Jember berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan nilai signifikansi sebesar $0,028 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Harga pada Kedai Doeloe Kalisat Jember yaitu pertama Terjaungkaunya Harga yang ditawarkan Kedai Doeloe Kalisat Jember, kedua Kesesuaian antara Harga dengan Kualitas dan jasa dari Kedai Doeloe Kalisat Jember, ketiga Persaingan Harga Kedai Doeloe Kalisat Jember dengan kompetitor, dan keempat Kesesuaian antara Harga dengan kuantitas produk yang ditawarkan Kedai Doeloe Kalisat Jember. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Ariska et al., 2020), (Yanuar et al., 2017), (Anggriana et al., 2017), (Yulisetiari & Prahasta, 2019), (Setyawati et al., 2018), (Lie et al., 2019), (Mahendra et al., 2019), (Iriyanti et al., 2016), (Maskur et al., 2016), (Qomariah, Fahrurrozi, et al., 2020), (Juniantara & Sukawati, 2018), (Wibowo et al., 2021), (Qomariah, 2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil temuan ini berarti semakin baik Kedai Doeloe Kalisat Jember dalam menerapkan kualitas layanan yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah membeli produk pada Kedai Doeloe Kalisat Jember.
2. Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil temuan ini berarti semakin baik Kedai Doeloe Kalisat Jember dalam memanfaatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan baik,

maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah membeli produk pada Kedai Doeloe Kalisat Jember.

3. Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil temuan ini berarti semakin baik Kedai Doeloe Kalisat Jember dalam menetapkan harga pada setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah membeli produk pada Kedai Doeloe Kalisat Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Bandung. CV. Linda Karya
- Anggraeni, Dita Putri dan Kumadji, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, Vol.37(April), Hal.173. <https://media.neliti.com/media/publications/87178-ID-pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuas.pdf>
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online «OM-JEK» Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Ariska, V., Qomariah, N., & Wijayanti, B. (2020). The impact of service quality, price, products, and trust on «kober mie setan» consumer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 1782–1785.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, E-ISSN : 2541-2566, 9(1), 79–89.
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Cahyani, Febby Gita. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 3, Maret 2016.
- Danang, Sunyono. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Fahmi, A., Qomariah, N., & Cahyono, D. (2020). Effect of Service Quality and Service Innovation of Patient Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 9(06), 1085–1090.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfation*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Hana Ofela & Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5, No 1, Januari 2016
- Harun, R. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada Bri Unit Kantor Cabang Palu. *Katalogis*, 3(10), 145–154.
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT

- JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Ismail, Riswandhi. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Prediktor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 10, Nomor 2, September 2014, 179-196.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk â Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1), 196–202.
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kopetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahendra, A. H., Yulisetiari, D., & Subagio, A. N. (2019). The role of price, promotion, and viral marketing in improving swiwings chicken’s customer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 1510–1514. <https://www.ijstr.org/final-print/aug2019/The-Role-Of-Price-Promotion-And-Viral-Marketing-In-Improving-Swiwings-Chickens-Customer-Satisfaction.pdf>
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221.
- Mu’ah, M., & Masram, M. (2014). LOYALITAS PELANGGAN: Tinjauan Aspek Pelayanan dan Biaya Peralihan. *Zifatama*.
- Muharmi, H., & Sari, K. (2019). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2880>
- Nursaid, N., Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019), 436, 156–161.

- <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Pahlevi, A. F., Suwarni, S., & Nurzam, N. (2021). The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty At Bank Mega Syariah Bengkulu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Bengkulu. *Jurnal Emak (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan)*, 2(4), 315–322.
- Pusparani, P., & Rastini, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(5), 255333.
- Putro, S., Semuel, H., & Brahmana, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177–187. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/410/447>
- Qomariah, N. (2016). Marketing Adactive Strategy. *Cahaya Ilmu*. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_A_DACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N. (2021). The Role of Marketing Mix in Increasing Customer Satisfi ction Nine Coffee Bondowoso. In D. Karmiyati (Arg.), *Society 5.0 :Leading In The* Bordeless World (I, or. 228). *Bildung*.
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(9), 24–33.
- Qomariah, N., Fahrurrozi, A., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Retail Customer Satisfaction. *International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(7), 25–31.
- Qomariah, N., Pangestu, M. K. M., Herlambang, T., & Putu, N. N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Ratnasari, D., & Gumanti, T. A. (2019). Relationship marketing, service quality, satisfaction and customers loyalty of bank sharia mandiri banyuwangi. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 7–10. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Relationship-Marketing-Service-Quality-Satisfaction-And-Customers-Loyalty-Of-Bank-Sharia-Mandiri-Banyuwangi.pdf&sa=U&ve>

- Remiasa dan Lukman. 2007. "Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing dan Coffee Shop Lokal". *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol.3 No.2. Universitas Petra, Surabaya
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32528/jsmibi.v9i2.2819>
- Setyawati, W. A., Rifai, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Madani, Jurnal Politik dan Sosial kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Sukamuljo, L., Ruswanti1, E., & Aida, M. (2021). Hospital Image and Service Quality Are Not Able to Provide Patient Satisfaction and Loyalty Effect. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 05(04), 321–327. <https://doi.org/10.51971/joma.v5n4.01102021>
- Wedarini, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(5), 243526.
- Wibowo, Y. G., Wulandari, R. H., & Qomariah, N. (2021). Impact of Price, Product Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction in Cosmetics and Skincare. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(07), 978–986. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i7-11>
- Worodiyanti, Novi Wahyu dan Maspiyah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang. *E-Journal Volume 05 Nomor 01 Tahun 2016*. Edisi Yudisium Periode Juli 2016, hal 23-28.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.
- Yulisetiari, D., & Prahasta, Y. A. (2019). The effect of price, service quality, customer value, and brand image on customers satisfaction of telkomsel cellular operators in east Java Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 5–9. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/mar2019/The-Effect-Of-Price-Service-Quality-Customer-Value-And-Brand-Image-On-Customers-Satisfaction-Of-Telkomsel-Cellular-Opera>