

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ADIKSI COFFEE**

Sri Andayani<sup>1</sup>, Kuswarak<sup>2</sup>, Aldella Anka Putri<sup>3</sup>  
Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai<sup>12</sup>  
Universitas Lampung<sup>3</sup>

[Sri1968andayani@gmail.com](mailto:Sri1968andayani@gmail.com), [kuswarak@gmail.com](mailto:kuswarak@gmail.com), [aldella1910@gmail.com](mailto:aldella1910@gmail.com)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan ex post facto dan metode survey. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Adiksi Coffee yang berjumlah 100 orang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 pelanggan Adiksi Coffee dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan menyebarkan angket, observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan F serta diolah dengan program SPSS. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee dengan kadar determinasi sebesar 0,824 atau 82,4% dan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Fasilitas, Harga, Kepuasan Pelanggan

## ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, FACILITIES, AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT ADIKSI COFFEE***

Sri Andayani<sup>1</sup>, Kuswarak<sup>2</sup>, Aldella Anka Putri<sup>3</sup>  
Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai<sup>12</sup>  
Universitas Lampung<sup>3</sup>

[Sri1968andayani@gmail.com](mailto:Sri1968andayani@gmail.com), [kuswarak@gmail.com](mailto:kuswarak@gmail.com), [aldella1910@gmail.com](mailto:aldella1910@gmail.com)

**Abstract.** This study aims to determine the influence of product quality, facilities, and prices on customer satisfaction at Adiksi Coffee. The type of research is quantitative using descriptive verification method approach with the ex post facto and survey method. The population in this study were all customers of Adiksi Coffee, totaling 100 people. The sample in this study amounted to 50 customers of Adiksi Coffee using the Accidental Sampling technique. The data collection techniques used in this study by distributing questionnaires, observations, interviews, and documentation. Hypothesis testing is carried out by t and F test and processed by the SPSS program. The result of the analysis in this study indicate that there is simultaneous influence between product quality, facilities, and prices on customer satisfaction at Adiksi Coffee with a determination level of 0,824 or 82,4% and the remaining 17,6% is influenced by other variables not examined in this study.

**Keywords:** Product Quality, Facilities, Prices, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman di era globalisasi ini, bisnis kuliner mengalami perkembangan yang pesat. Bisnis kuliner yang berkembang beragam, mulai dari bisnis restoran maupun bisnis populer catering (kedai kopi/coffee shop, cafe, toko roti). Salah satu bisnis yang sedang merajalela menduduki pasaran dunia perkulineran di Indonesia yaitu bisnis kedai kopi (*coffee shop*). Pertumbuhan kedai kopi di Indonesia sendiri sudah mengalahkan pertumbuhan jamur di musim hujan. Hal ini dikarenakan Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), Indonesia menempati posisi keempat dengan produksi kopi sebesar 11,95 juta karung.

Salah satu jenis bisnis kuliner yang sedang ramai dibicarakan saat ini dan menjadi perhatian oleh anak muda yaitu kedai kopi. Fenomena merebaknya kedai kopi yang digemari anak muda menjadi hal biasa dan menjadi kebiasaan mereka untuk kongkow atau sekedar mengerjakan tugas di kafe agar terlihat kekinian. Anak muda yang gemar nongkrong di kafe cenderung ingin menunjukkan jati dirinya sebagai remaja. Artinya mereka ingin diakui oleh sesama temannya bahwa mereka juga anak kekinian dan suka berpergian. Banyak bisnis kedai kopi yang sudah berdiri, tidak hanya di kota-kota besar saja melainkan di Bandar Lampung juga. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan jumlah kedai kopi di Bandar Lampung yang mengalami peningkatan. Berikut data perkembangan jumlah kedai kopi di Bandar Lampung pada tahun 2013-2019.



Pada gambar di atas menunjukkan bahwa perkembangan kedai kopi di Bandar Lampung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Banyaknya bisnis kedai kopi yang beredar di Bandar Lampung membuat persaingan pasar semakin ketat membuat para pebisnis kedai kopi harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik pelanggan.

Salah satu kedai kopi yang sedang tren saat ini di Bandar Lampung yaitu Adiksi Coffee. Dalam memberikan kepuasan pelanggan pihak Adiksi Coffee selalu memperbaharui setiap pelayanannya agar dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya. Adiksi Coffee sendiri telah melayani pelanggan-pelanggan setianya sejak tahun 2019 hingga saat ini dan Adiksi Coffee telah mempunyai 2 cabang yang beralamatkan di Gunung Terang dan Korpri Sukarame.

Kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan Ma'ruf (2021) kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan produk relatif terhadap harapan pembelian. Jika kinerja produk tidak memenuhi harapan, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk cocok mengharapkan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas. Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa inovasi dalam mengembangkan strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen agar Adiksi Coffee mampu bersaing dengan coffee shop

lainnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk, fasilitas, harga dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan bisnis. Survive atau tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan dalam suatu perusahaan bisnis untuk meraih kesuksesan bahkan bisa juga menjadi bumerang yang dapat menghancurkan perusahaan tersebut. Untuk memuaskan pelanggan pihak manajemen perusahaan haruslah berupaya memperbaharui produk agar pelanggan tidak bosan, menyiapkan fasilitas seperti internet/wifi, tempat yang nyaman, dan lain lain agar pelanggan merasa nyaman dan puas, serta menjangkau harga yang tidak terlalu mahal yang dapat digapai oleh semua kalangan baik menengah kebawah maupun menengah keatas.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Adiksi Coffee khususnya terkait kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil survey pra-penelitian yang telah dilakukan kepada 20 pelanggan Adiksi Coffee mengenai kepuasan pelanggan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan seperti kualitas produk yang kurang baik, fasilitas yang kurang memadai, dan harga yang bisa dibilang relatif tidak murah. Hal ini sejalan dengan pendapat Lupiyoadi (2001) bahwa, kualitas produk dan harga merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Faktor pertama yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut Handoko (2002), kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas

kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Kualitas produk merupakan sebuah nilai yang dimiliki oleh suatu produk yang mana nilai tersebut akan disampaikan kepada konsumen secara tersirat. Jadi produk yang diberikan kepada konsumen haruslah produk yang berkualitas dan memang dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki pandangan yang baik terhadap produk yang disajikan.

Faktor kedua yang menjadi faktor dalam memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu fasilitas. Kotler (2007:61) mengemukakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan konsumen, yaitu dengan memberikan fasilitas sebanyak banyaknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini pihak perusahaan berusaha meningkatkan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan demi kepuasan pelanggan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berjalan.

Fasilitas ialah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelaksanaan suatu jenis usaha dan merupakan sarana yang dibutuhkan untuk memperlancar suatu kegiatan. Keberadaan fasilitas mulai dari tempat seperti kamar mandi, mushola, dan lahan parkir sampai adanya fasilitas tambahan seperti penggunaan AC, wifi, dan lain sebagainya pada suatu tempat khususnya Adiksi Coffee ini sangat membuat pelanggan merasa senang dan nyaman. Dengan begitu, pelanggan tidak merasa bingung untuk mencari apa yang mereka butuhkan. Fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola semakin baik dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Faktor ketiga yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Berdasarkan data tabel 2 di atas dapat dilihat menu pada Adiksi Coffee beraneka

ragam. Dapat dilihat bahwa harga aneka minuman yang paling murah yaitu dengan harga Rp. 18.000, dan yang paling mahal yaitu Rp. 30.000. Serta harga aneka makanan dan snack dengan harga paling murah yaitu Rp. 18.000, dan yang paling mahal yaitu Rp. 36.000. Menurut Daryanto (2013:62) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Pemasar di dalam sebuah perusahaan harus benar-benar menetapkan harga yang sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan, karena penetapan harga yang tepat merupakan kunci dalam menciptakan penilaian pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait kepuasan pelanggan. Melihat semakin pesatnya perkembangan kedai kopi yang ada di Bandar Lampung, hal ini menimbulkan semakin ketatnya persaingan yang dihadapi antar kedai kopi untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Adiksi Coffee”**.

## TINJAUAN TEORITIS

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah kunci dalam mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan ketika para pelanggan sudah secara langsung membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau dari penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Pemasar yang ingin

unggul dalam persaingan tentunya harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggan itu sendiri.

Menurut Kotler dan Keller (2007:177), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Pentingnya kepuasan pelanggan untuk bisnis adalah untuk mempertahankan jangka panjang kelangsungan hidup bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur kelangsungan hidup perusahaan. Jika pelanggan tidak puas tentunya pelanggan tidak akan kembali lagi dan mungkin juga bisa mengadukan ketidakpuasannya dengan pelanggan lain, tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha. (Shafwan, dkk. 2019: 912).

### **Kualitas Produk**

Setiap bentuk bisnis selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumen). Manfaat suatu produk merupakan kosekuensi dari yang diharapkan oleh pelanggan ketika membeli dan menggunakan suatu produk.

Menurut Irawan (2002:45), kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen. Kotler dan Keller (2007:49) mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat terpenuhi. Keinginan konsumen yang

terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen merasakan kepuasan atas suatu produk yang diterima bahkan sampai loyal kepada produk tersebut.

Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau layanannya karena meningkatkan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas dengan produk atau jasa tersebut mereka membeli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. (Taufan dan Engkur. 2020:4).

### **Fasilitas**

Fasilitas menjadi salah satu faktor yang memiliki pengaruh dalam kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh pihak penjual jasa. Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Fasilitas penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan kenyamanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan maka mereka akan merasa puas. (Fajriani, dkk. 2020: 196).

Fasilitas fisik juga dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen merasakan kenyamanan dan puas. Fasilitas fisik merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu perusahaan, karena apalah arti suatu perusahaan tanpa fasilitas fisik, tanpa mesin-mesin produksi, tanpa alat kantor, dan tanpa tenaga kerja mungkin hanya papan nama saja.

### **Harga**

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu pasar. Penetapan harga bertujuan untuk memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitasnya. Tjiptono (2014:193), harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

Menurut Nurhadi (2015), harga merupakan nilai tukar suatu barang dan jasa yang dinyatakan dengan uang atau harga keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Selanjutnya menurut Amirullah dan Hardjanto (2005:145), harga merupakan penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud.

Harga menjadi pertimbangan konsumen jika mereka akan membuat keputusan pembelian suatu produk. Tidak hanya dari sisi konsumen, seorang pelaku bisnis juga harus mempertimbangkan harga yang akan ditawarkan untuk suatu produk yang dijual (Pasharibu, dkk. 2018: 243).

### **Penelitian-Penelitian Sebelumnya**

Dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian-penelitian sebelumnya yang mengungkap permasalahan dengan permasalahan ataupun topik sejenis. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut dapat dijabarkan seperti dibawah ini.

- a. Nurlita Lea Kusuma Wardani (2018) melakukan penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo. Hasil penelitian ini menunjukkan

- variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(9,917 > 2,00404)$  dan harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,009 > 2,00404$ ). Begitu pula secara simultan variabel independen (kualitas produk dan harga) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $48,791 > 3,16$ ).
- b. Aryo Prasetyo Wibisono dan Imroatul Khasanah (2015) melakukan penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Hasil penelitian menunjukkan Pengujian hipotesis membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, dengan didapat hasil uji – t sebesar 2,706 dan sig. 0,008 < 0,05. Juga hipotesis membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, dengan didapat hasil uji – t sebesar 4,694 dan sig. 0,000 < 0,05.
- c. Budiman Marpaung dan Ani Mekaniwati (2020) melakukan penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampak nya pada Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh langsung dan signifikan dengan arah positif dari masing-masing kualitas produksi, harga, promosi, pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan terhadap keputusan membeli. Semakin tinggi kualitas produksi, promosi, pelayanan

akan semakin tinggi kepuasan konsumen dan keputusan membeli.

- d. Popo Suryana dan Intan Muliarsari. (2018) melakukan penelitian Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan harga kurang terjangkau, dan proses pelayanan kurang baik, serta konsumen dipersepsikan tidak puas. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan proses pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan metode *survey*.

### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Adiksi Coffee. Banyaknya populasi pada penelitian ini adalah 100 orang pelanggan Adiksi Coffee.

### Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental sampling. *Sampling Insidental/Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:124).

Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan teknik Slovin, besarnya sampel yang didapat dalam penelitian yaitu

sebanyak 50 responden. Sedangkan untuk penelitian pendahuluan, peneliti melaksanakan penelitian di Adiksi Coffee dengan responden sebanyak 20 orang.

### Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup berisi tentang pernyataan mengenai kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Adiksi Coffee. Kuesioner dapat disebar kepada responden melalui beberapa cara yaitu: langsung diberikan oleh peneliti, memberikan link google form kepada pengunjung.

#### 2. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.

#### 3. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya secara langsung kepada karyawan di Adiksi Coffee untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan.

#### 4. Dokumentasi

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, arsip, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat bukti penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan foto sebagai dokumentasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Parsial pada Pelanggan Adiksi Coffee

### Hasil Uji Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.710	.704	4.934

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

### Koefisien Regresi Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.603	4.053		.395	.694
	Kualitas Produk	.435	.160	.346	2.713	.009
	Fasilitas	.205	.177	.146	2.159	.003
	Harga	.584	.125	.481	4.673	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2022

Hasil analisis pengolahan data dengan SPSS diperoleh sebagai berikut.

1. Koefisien regresi untuk X<sub>1</sub> sebesar 0,435 membuktikan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>1</sub> akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil di atas, didapat apabila kualitas produk meningkat maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 43,5%.
2. Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen kualitas produk. Berdasarkan penelitian dan perhitungan SPSS besar thitung yaitu 2,713 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Sehingga keputusan yang diperoleh yaitu H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Sehingga semakin tinggi kualitas produk maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

- Tingkat hubungan antara variabel kualitas produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,710 tergolong tingkat hubungan yang kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,710 atau 71% yang berarti kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk sebesar 71% sisanya 29% dipengaruhi oleh faktor lain.

### b. Pengaruh Fasilitas (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Parsial pada Adiksi Coffee

#### Hasil Uji Variabel Fasilitas (X<sub>2</sub>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.657	.650	5.366

a. Predictors: (Constant), Fasilitas  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

#### Koefisien Regresi Fasilitas (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T
1	(Constant)	1.603	4.053		.395 .694
	Kualitas Produk	.435	.160	.346	2.713 .009
	Fasilitas	.205	.177	.146	2.159 .003
	Harga	.584	.125	.481	4.673 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis pengolahan data SPSS diperoleh sebagai berikut.

- Koefisien regresi untuk X<sub>2</sub> sebesar 0,205 membuktikan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>2</sub> akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil di atas, didapat apabila fasilitas meningkat maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 20,5%.
- Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen fasilitas. Berdasarkan penelitian dan

perhitungan SPSS besar thitung yaitu 2,159 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05. Sehingga keputusan yang diperoleh yaitu H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, sehingga variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Sehingga semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee.

- Tingkat hubungan antara variabel fasilitas (X<sub>2</sub>) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,657 tergolong tingkat hubungan yang kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,657 atau 65,7% yang berarti kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh fasilitas sebesar 65,7% sisanya 34,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

### c. Pengaruh Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Parsial pada Adiksi Coffee

#### Hasil Uji Variabel Harga (X<sub>3</sub>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 <sup>a</sup>	.740	.735	4.672

a. Predictors: (Constant), Fasilitas  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

#### Koefisien Regresi Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T
1	(Constant)	1.603	4.053		.395 .694
	Kualitas Produk	.435	.160	.346	2.713 .009
	Fasilitas	.205	.177	.146	2.159 .003
	Harga	.584	.125	.481	4.673 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis pengolahan data SPSS diperoleh sebagai berikut.

1. Koefisien regresi untuk X3 sebesar 0,584 membuktikan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X3 akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil di atas, didapat apabila fasilitas meningkat maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 58,4%.
2. Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen fasilitas. Berdasarkan penelitian dan perhitungan SPSS besar thitung yaitu 4,673 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05. Sehingga keputusan yang diperoleh yaitu H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee.
3. Tingkat hubungan antara variabel harga (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,740 tergolong tingkat hubungan yang kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,740 atau 74% yang berarti kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh fasilitas sebesar 74% sisanya 26% dipengaruhi oleh faktor lain.

**d. Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Fasilitas (X<sub>2</sub>) dan Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Fasilitas (X<sub>2</sub>), dan Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.722	.707	4.076

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Orientasi Belanja, Pengalaman Pembelian

**Tabel Koefisien Regresi Orientasi Belanja (X<sub>1</sub>), Pengalaman Pembelian (X<sub>2</sub>), dan Persepsi Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Beta			
1	(Constant)	1.603	4.053	.395	.694	
	Kualitas Produk	.435	.160	.346	2.713	.009
	Fasilitas	.205	.177	.146	2.159	.003
	Harga	.584	.125	.481	4.673	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis pengolahan data SPSS diperoleh sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi yang kuat dan signifikan antara kualitas produk (X<sub>1</sub>), fasilitas (X<sub>2</sub>) dan harga (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,908.
2. Besarnya nilai determinasi variabel antara kualitas produk (X<sub>1</sub>), fasilitas (X<sub>2</sub>) dan harga (X<sub>3</sub>) dalam menetapkan besarnya variabel terikat (kepuasan pelanggan) sebesar 0,824 atau 82,4% dan sisanya 17,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Besarnya nilai konstanta persamaan regresi (a) sebesar 1,603 pada kolom Unstandardized Coefficients (B), dengan nilai thitung sebesar 0,395 pada kolom t.
4. Besarnya nilai koefisien variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,435 pada kolom Unstandardized Coefficients (B) yang berarti pada setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>1</sub> akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil di atas, didapat apabila kualitas produk meningkat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 43,5% dengan nilai thitung yaitu 2,713 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.

5. Besarnya nilai koefisien variabel fasilitas (X2) sebesar 0,205 pada kolom Unstandardized Coefficients (B) yang berarti pada setiap penambahan satu satuan variabel X2 akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil diatas, didapat apabila motivasi belajar meningkat maka akan meningkatkan hasil belajar sebesar 20,5% dengan nilai thitung yaitu 1,159 < ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,253 yang lebih besar dari batas signifikansi yaitu 0,05. thitung yaitu 2.424 > maka H0 diterima dan H1 ditolak.
6. Besarnya nilai koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,584 pada kolom Unstandardized Coefficients (B) yang berarti pada setiap penambahan satu satuan variabel X3 akan meningkatkan variabel Y. Berdasarkan hasil diatas, didapat apabila harga meningkat maka akan meningkatkan hasil belajar sebesar 58,4% dengan nilai thitung yaitu 4,673 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada variabel kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee sehingga didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Uji hipotesis parsial melalui uji t diperoleh nilai thitung yaitu 2,713 > ttabel yaitu 2,011

dengan tingkat signifiikansi 0,009 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee.

2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Uji hipotesis parsial melalui uji t diperoleh nilai thitung yaitu 2,159 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,003 lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05 Hal ini berarti bahwa semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Uji hipotesis parsial melalui uji t diperoleh nilai t-hitung yaitu 4,673 > ttabel yaitu 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kelayakan harga, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee.
4. Ada pengaruh simultan antara kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Dibuktikan melalui hasil perhitungan uji Fhitung = memperoleh hasil 71,793 dan jauh lebih besar dari nilai Ftabel = 2,81 (71,793 > 2,81) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memiliki kualitas produk yang baik,

fasilitas yang memadai dan nilai tingkat kelayakan harga semakin tinggi, maka tingkat kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee juga semakin meningkat.

### Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada variabel kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee maka saran yang ingin diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa kualitas produk, fasilitas, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Adiksi Coffee. Oleh karena itu, Adiksi Coffee hendaknya konsisten dalam mempertahankan dan meningkatkan faktor kualitas produk, fasilitas, dan harga demi menjaga kepuasan pelanggan.
2. Fasilitas menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling kecil. Diharapkan kepada pemilik Adiksi Coffee untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ada agar lebih memberikan kesan nyaman pada pelanggan yang ada dan tidak merasa rugi sudah berkunjung ke Adiksi Coffee.
3. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti hal yang sama, maka disarankan agar menambah variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Azalea, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Al-Arif, M. Nur Rianto & Euis Amalia. 2016. Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional. Jakarta: Prenada Media Group.
- Alma, B. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Amirullah, Imam Hardjanto. 2005. Pengantar bisnis (edisi pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anggraeni, Dita Putri, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*. Vol.37. No.1.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arumsari, Dheany. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (Cetakan II). Januari 2013. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fajriani, Resya Cahya, dkk. 2020. The Effect of Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction in Soekarno-Hatta International Airport Check-In at New Normal Era in 2020. ISSN: 2622-5778.
- Fishendra, Maretza Naufal. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen (JVM)*. Vol. 6. No. 1.
- Handoko. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Badan penerbit IPWI.
- Hartati, Titi. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. SKRIPSI. Universitas Bandar Lampung.

- Hidayah, Nurul. 2019. Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba. SKRIPSI. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Makassar.
- Irawan, Handi. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Kedua belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Kurnia, Muhammad Rifai, dkk. 2016. Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport di Kecamatan Wonosari. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. 24 No. 1.
- Kurniawati, Tyas, dkk. 2019. Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 6.
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi II. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, Khorif. 2021. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M. Isa. International Journal of Marketing & Human Resource Research. Vol. 2, No. 2.
- Marpaung, Budiman dan Ani Mekaniwati. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. Vol. 8. No. 1.
- Moha, S. & Loindong, S. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Jurnal EMBA. 575-584.
- Nurhadi. 2015. Lensa Kegiatan Ekonomi. Jakarta: Bailmu
- Pasharibu, Yusepaldo, dkk. 2018. Price, Service Quality and Trust on Online Transportation Towards Customer Satisfaction. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 21. No. 2.
- Rahayu, Elizabeth. 2020. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen T-Mart Express Indonesia.
- Rahmawati, Kartika Nur. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. SKRIPSI. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Riharjani J. 2011. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan PasarSualayan Sebagai Tempat Berbelanja. Semarang: Jurnal Studi Manajemen Organisasi. Hlm.57.
- Riskawati, Eri. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (HPA) di Kota Jambi. SKRIPSI. UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Rusman, Tedi. 2018. Statistika Parametrik. Bandar Lampung: Bahan Ajar.
- Rustiana dan Edi Kurniawan. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa. Vo. 05. No. 03.
- Sari, Dea Alvionita dan Dwi Ariani Mayasari. 2022. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 4. No.1.
- Shafwan, Dery, dkk. 2019. The Influence of Quality of Service, Facilities, and Location of Customer Satisfaction. Jurnal Umum Jember. ISBN: 978-602-6 988-75-1

- Sintya, Lumintang Intan, dkk. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-jek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 6. No.3.
- Situmeang, Lina Sari. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *SKRIPSI. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara: Sumatera Utara*.
- Srijani, Ninik dan Achmad Sukma Hidayat. 2017. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*. Vol. 7.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2010. Teori Pengantar Mikro Ekonomi, Edisi 3. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sulastri, Darsih. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SKRIPSI. Universitas Pelita Bangsa : Bekasi*.
- Sulistyaningrum, Utami. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express. *SKRIPSI. Universitas Negeri Yogyakarta : Yogyakarta*
- Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 12. No. 6
- Supranto, M.A.,APU. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (cetakan keempat). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suryana, Popo dan Intan Muliasari. 2018. Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 11 No.1
- Taufan, Harry dan Dr. Engkur, S.IP., M.E. 2020. The Influence of Service Quality, Product Quality and Price on Loyalty Through Customer Satisfaction. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Toffin Indonesia. 2020. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riiset-2020-brewing-in-indonesia/>. Diakses pada 8 Maret 2022
- Wardani, Nurlita Lea Kusuma. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo. *SKRIPSI. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo: Jawa Timur*.
- Wibisono, Aryo dan Imroatul Khasanah. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 4. No. 3.