
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Nay Coffee and Space di Kota Surabaya)

Antonius Dimas Joko Hartono
Universitas Widya Kartika Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Nay Coffee and Space yang berlokasi di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari semua pengunjung yang datang ke kafe tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran, yang menghasilkan 97 responden sebagai sampel penelitian. Untuk menganalisis data, digunakan metode regresi berganda secara parsial dengan bantuan SPSS for Windows versi 22. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, hasil pengujian secara parsial mengindikasikan bahwa kualitas produk tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, kualitas pelayanan dan harga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen Nay Coffee and Space, yang dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi harga guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, diharapkan Nay Coffee and Space dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka di masa depan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to explore the impact of product quality, service quality, and price on customer satisfaction at Nay Coffee and Space, located in Surabaya. The population for this research consists of all visitors to the café. Sampling was conducted using the Cochran formula, resulting in 97 respondents as the study sample. To analyze the data, partial multiple regression analysis was performed using SPSS for Windows version 22. The results indicate that, simultaneously, product quality, service quality, and price have a significant effect on customer satisfaction. However, the partial testing results show that product quality does not have a significant impact on customer satisfaction. Conversely, service quality and price were found to have a significant positive effect on customer satisfaction. These findings provide valuable insights for the management of Nay Coffee and Space, allowing them to leverage this information to enhance service quality and pricing strategies to improve customer satisfaction. By focusing on these aspects, Nay Coffee and Space is expected to strengthen customer loyalty and support their business growth in the future.

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

1. PENDAHULUAN

Saat ini persaingan bisnis semakin ketat sehingga menuntut semua pelaku usaha harus lebih kreatif dan memiliki keunggulan kompetitif dalam menciptakan berbagai inovasi produk dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya ide kreatif yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan (Ismail, 2014). Perkembangan bisnis di Indonesia terutama bisnis kuliner merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti, bisnis kuliner menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing. Kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan

keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Banyaknya perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat.

Persaingan yang ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan langkah yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi. Di daerah Surabaya telah banyak berdiri kedai kopi yang merupakan tempat berkumpul dan bersantai sambil minum kopi. Salah satu kedai kopi di Ketintang, Surabaya adalah Nay Coffee and Space yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang pengolahan kopi. Nay Coffee and Space merupakan kafe yang memberikan jasa pelayanan penjualan kopi dengan beraneka menu olahan kopi. Dalam kegiatan produksi, Nay Coffee and Space menggunakan teknologi yang sudah modern. Nay Coffee and Space memiliki banyak varian produk dari coffee, non coffee, snack, dan yoghurt. Dengan produk yang bervariasi dan pelayanan yang baik disertai dengan harga terjangkau yakni 5 ribu hingga 25 ribu Nay Coffee and Space memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan coffee shop lainnya.

Banyaknya minat konsumsi kopi di Indonesia membuat industri pengolahan kopi semakin berkembang. Meningkatnya konsumsi kopi membuat pertumbuhan kedai kopi di Indonesia menjadi cukup pesat. Saat ini, minum kopi tidak hanya untuk mengurangi rasa kantuk, namun sudah menjadi kebiasaan masyarakat saat ini. (Limanseto, 2021) menjelaskan bahwa dalam 10 tahun terakhir, industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yaitu sebesar 250%. Usaha kedai kopi, sebagai bagian dari sektor usaha kecil dan menengah, sedang mengalami pertumbuhan cepat dan menarik perhatian baik pemerintah maupun pemilik bisnis di Indonesia. Menurut Kementerian Perindustrian RI, dalam upayanya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas industri kecil dan menengah di masa mendatang, regulasi dan program pembinaan telah dipertimbangkan, dengan kedai kopi menjadi salah satu fokusnya. Oleh karena kepuasan konsumen terhadap kopi meningkat, maka akan ada peningkatan permintaan kopi yang lebih tinggi karena konsumen yang puas memiliki kecenderungan untuk *repeat order* dan pada gilirannya produksi kopi akan meningkat seiring dengan permintaan kopi yang meningkat. Agar industri kopi terus bertumbuh, konsumsi kopi harus ditingkatkan, salah satu cara untuk meningkatkan konsumsi kopi adalah dengan memastikan kopi lokal semakin disukai dan konsumen semakin puas sehingga konsumen melakukan *repeat order*.

Saat ini, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-3 di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Luas lahan kopi Indonesia mencapai 1,25 juta ha dengan total produksi hingga 761 ribu ton per tahun. Pemerintah mengapresiasi komitmen pelaku industri kopi Indonesia untuk terus mendorong pertumbuhan industri kopi Indonesia. Industri kopi memiliki peran yang besar dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia, yaitu memberdayakan 1,86 juta kepala keluarga petani dan 50 ribu tenaga kerja umum.

Nay Coffee and Space sendiri resmi dibuka pada 30 November 2019, Nasruling Alfa selaku *founder* mendirikan kafe ini karena melihat ada peluang bisnis yaitu coffee shop yang sedang tumbuh dan booming pada tahun 2018-2019. Pelanggan yang puas akan menjadi aset yang berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal. Manajemen hubungan pelanggan yang baik menciptakan kepuasan pelanggan. Persaingan industri kafe kopi yang sangat ketat perlu diimbangi dengan inovasi agar mampu menarik pengunjung. Pertumbuhan kafe berbasis kopi ini memaksa Nay Coffee and Space harus memiliki *competitive advantage* salah satunya dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. (Apriansyah, 2018) menjelaskan bahwa

kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. (Tjiptono, 2006) menjelaskan bahwa beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.

Nay Coffee and Space berupaya memperhatikan kualitas dari produk kopinya agar dapat memuaskan pelanggan. Kepercayaan akan hal tersebut yang mendasari Nay Coffee and Space untuk selalu memperhatikan kualitas produk serta layanan agar tercipta kepuasan dari pelanggan. Nay Coffee and Space dituntut untuk terus mengutamakan kualitas produk. Nay Coffee and Space juga memikirkan kebersihan dan layanan, sehingga tidak hanya berupaya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga meratakan setiap aspek di Nay Coffee and Space. Kualitas layanan juga merupakan faktor utama untuk memenuhi harapan pembeli sehingga tercapai kepuasan pelanggan. Nay Coffee and Space selalu berupaya mengajarkan barista untuk mengakrabkan diri dengan pelanggan sehingga memberikan kualitas pelayanan yang baik, seperti mengedukasi para kopi pemula dan memberikan rekomendasi kopi kepada pelanggan sesuai dengan selera. Nay Coffee and Space tidak hanya menjual kopi, tetapi juga menjual produk lain sebagai pelengkap yang tentunya cocok dinikmati dengan kopi yang disajikan. Pesaing juga menerapkan hal yang sama, mengedepankan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Penelitian dan penerapan praktik terbaik dalam manajemen kualitas menjadi penting bagi perusahaan agar dapat tetap relevan dan kompetitif di pasar. Perusahaan diharuskan untuk terus meningkatkan taraf kepuasan konsumen dengan cara mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kualitas pelayanan sangat diperhatikan oleh Nay Coffee and Space. Kafe ini memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Karyawan berpenampilan menarik dan memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen, tempat yang bersih dan nyaman serta banyak fasilitas yang bisa dinikmati oleh pengunjung seperti wifi, tempat ibadah dan tempat parkir. Dalam usahanya, Nay Coffee and Space buka selam 12 jam.

Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga Nay Coffee and Space merupakan faktor utama keberhasilan usahanya. Ketiganya suatu dorongan kepada pelanggan sehingga memberikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga apabila kualitas layanan, kualitas produk, dan harga baik maka konsumen akan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga merupakan nilai utama yang sangat diharapkan oleh konsumen dari pelaku usaha kuliner. Kualitas produk, pelayanan, dan harga yang baik dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti Nay Coffee and Space dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Nay Coffee and Space di Kota Surabaya).

2. METODE PENELITIAN

2.1. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Lokasi penelitian digunakan untuk mendapatkan data, informasi, keterangan, dan hal yang berkaitan dengan kepentingan penelitian dan sebagai tempat dilaksanakannya penelitian. Lokasi pada penelitian ini adalah di Nay coffee & space, Jl. Ketintang Sel. No.93, Karah, Kec. Jambangan, Surabaya, Jawa Timur 60232. Penarikan sampel dilakukan pada bulan Maret 2024.

2.2. METODE PENGAMBILAN SAMPEL

Pengumpulan data menggunakan teknik survei secara online melalui pengisian kuesioner oleh responden. Survei secara online dilakukan karena lebih efisien waktu dan biaya, responden dapat menjawab di waktu senggang, tanpa tekanan untuk segera merespon sehingga jawaban menjadi lebih akurat.

2.3. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang menunjukkan hubungan satu arah. Model dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
- α = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Kualitas Produk
- X3 = Harga
- e = standard error

2.4. UJI PARSIAL (UJI T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Menurut (Ghozali, 2018) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut.

- Jika nilai probabilitas signifikansi $\geq 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2.5. UJI SIMULTAN (UJI F)

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Menurut (Ghozali, 2018) Uji F bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas (n - k), n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.

Kriteria keputusan :

- Uji Kecocokan model ditolak jika $\text{sig.} > \alpha 0,05$
- Uji Kecocokan model diterima jika $\text{sig.} < \alpha 0,05$

2.6. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Uji koefisien determinasi, atau disebut juga sebagai R-squared (R^2), adalah salah satu metrik penting dalam statistik yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linier sesuai dengan data yang diamati. Koefisien determinasi memberikan informasi tentang seberapa besar variasi dari variabel dependen (y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (x) dalam model regresi.

2.7. HIPOTESIS

Hipotesis 1.

Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nay Coffee and Space di Kota Surabaya.

Hipotesis 2.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nay Coffee and Space di Kota Surabaya.

Hipotesis 3.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nay Coffee and Space di Kota Surabaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 1.
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien tidak terstandarisasi		Koefisien terstandarisasi	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Konstan)	5,935	1,089		5,448	,000
Kualitas Produk	,042	,041	,055	1,025	,308
Kualitas Pelayanan	,521	,034	,980	15,244	,000
Harga	,214	,075	,177	2,867	,005

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut.

$$5,935 + 0,042X_1 + 0,521X_2 + 0,214X_3 + e$$

- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,042 artinya apabila kualitas produk ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,042.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,521 artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel kualitas produk dan harga dianggap konstan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,521.
- Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,214 artinya apabila harga ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap konstan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,214.

3.1.2. UJI PARSIAL

Tabel 2.
Uji Parsial (Uji t)

Model	Koefisien tidak terstandarisasi		Koefisien terstandarisasi	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Konstan)	5,935	1,089		5,448	,000
Kualitas Produk	,042	,041	,055	1,025	,308
Kualitas Pelayanan	,521	,034	,980	15,244	,000
Harga	,214	,075	,177	2,867	,005

Hasil uji t pada variabel kualitas produk (X1), koefisien regresi sebesar 0,042 (positif), sig (0,308), sig. > (0,05), dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis tersebut dapat diperoleh hasil bahwa hipotesis pertama yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ditolak.

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X2), koefisien regresi sebesar 0,521 (positif), sig (0,000), sig. < (0,05), dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis tersebut dapat diperoleh hasil bahwa hipotesis kedua yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima.

Hasil uji t pada variabel harga (X3), koefisien regresi sebesar 0,214 (positif), sig (0,005), sig. < (0,05), dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis tersebut dapat diperoleh hasil bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima.

3.1.3. UJI SIMULTAN

Tabel 3.
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Jumlah	df	Rata-rata	F	Sig.
1 Regresi	540,154	3	180,051	133,145	,000 ^b
Residual	125,764	93	1,352		
Total	665,918	96			

a. Variabel dependen: Kepuasan Konsumen

b. Prediktor : (Konstan), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 3 Uji Simultan (uji F), maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Hasil uji F menunjukkan bahwa sig. (0,000), apabila dibandingkan dengan sig. < α 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model signifikan. Berdasarkan analisis tersebut dapat diperoleh hasil bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.1.4. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Berdasarkan tabel 4 Uji Koefisien Determinasi, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,811 atau 81,1%. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen yang mampu dijelaskan

oleh variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga) sebesar 81,1%, sedangkan sisanya 18,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil model^b

Model	R	R persegi	Disesuaikan R persegi	Standar eror	Durbin-Watson
1	,901 ^a	,811	,805	1,16288	1,823

a. Prediktor: (Konstan), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Variabel dependen: Kepuasan Konsumen

3.2. PEMBAHASAN

3.2.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi (sig) untuk variabel kualitas produk sebesar 0,308, yang melebihi ambang batas 0,05. Ini berarti bahwa kualitas produk tidak memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain, kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh yang cukup kuat untuk mempengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks model ini. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan tidak dapat diterima.

Penemuan ini menunjukkan perlunya untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain atau variabel tambahan yang mungkin memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen. Dalam hal ini, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya termasuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin berkontribusi pada kepuasan konsumen, serta melakukan analisis lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang lebih menentukan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.2.2 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,000, jauh di bawah batas signifikansi 0,05. Ini menandakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan pengaruh yang kuat dan konsisten. Nilai yang sangat rendah menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik dan tidak mungkin terjadi secara kebetulan. Oleh karena itu, hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terbukti benar berdasarkan data ini.

Dalam konteks ini, nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa ada hubungan yang nyata dan penting antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Pengaruh yang kuat ini menyiratkan bahwa perbaikan dalam kualitas pelayanan kemungkinan akan berkontribusi secara substansial terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

3.2.3 Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) untuk variabel harga adalah 0,005, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai signifikansi yang rendah mengindikasikan adanya hubungan yang kuat dan relevan antara harga dan tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terbukti benar dan dapat diterima berdasarkan data ini.

Hasil ini menegaskan bahwa harga bukan hanya sekadar faktor minor dalam menentukan kepuasan konsumen, tetapi merupakan elemen penting yang mempengaruhi

bagaimana konsumen merasa terhadap produk atau layanan. Pengaruh signifikan ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga harus dipertimbangkan dengan cermat untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel kualitas produk X1, kualitas pelayanan X2, dan harga X3 secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Y.
- Variabel kualitas produk X1 tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Y. Artinya tingginya kualitas produk tidak akan diikuti dengan naiknya kepuasan konsumen.
- Variabel kualitas pelayanan X2 berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Y. Artinya tingginya kualitas pelayanan akan diikuti dengan naiknya kepuasan konsumen.
- Variabel harga X3 berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Y. Artinya tingginya harga akan diikuti dengan naiknya kepuasan konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 39.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Universitas Diponegoro.
- Limanseto, H. (2021). *Pemerintah Apresiasi Kolaborasi Mendorong Pertumbuhan Industri Kopi Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3342/pemerintah-apresiasi-kolaborasi-mendorong-pertumbuhan-industri-kopi-indonesia>
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.