

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi**

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani
Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi
Email: yuni.tartiani@gmail.com

Abstrak

Kedai kopi di Kota Bekasi mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga menyebabkan persaingan yang cukup ketat. Pengunjung Kedai Norak Kopi Galaxy yang merupakan salah satu kedai kopi di Bekasi mengalami penurunan dan kenaikan yang flutuatif relatif menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian di Kedai Norak Kopi dan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk analisis data menggunakan regresi berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil penelitian statistik menunjukkan bahwa diperoleh kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 2.277 dengan tingkat signifikansi $0,025 < a = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, begitu pula harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 12.548 dengan tingkat signifikansi $0,000 < a = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil penelitian didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,656 atau sebesar 65.6%. Artinya kualitas produk, dan harga memengaruhi 65.6% kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Harga; Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk*

Abstract

Coffee shops in Bekasi City have developed quite rapidly, causing quite tight competition. Visitors to the Galaxy Bekasi Norak Coffee Shop experienced a fluctuating decrease relative. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction at Norak Kopi Galaxy Bekasi. The population in this research is consumer who have made purchases at the Norak Kopi shop and the sample in this study is 100 respondents. This research uses quantitative research methods. For data analysis using multiple regression with the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 25 program. The results of statistical research show that product quality has a significant positive effect on consumer satisfaction at Kedai Norak Kopi Galaxy, this is evidenced by the t-count value of 2,277 with a significance level of $0.025 < a = 0.05$ then H_0 is rejected and H_a is accepted, so does price have a positive effect significantly to customer satisfaction at Kedai Norak Kopi Galaxy, this is evidenced by the t-value of 12,548 with a significance level of $0.000 < a = 0.05$, then H_0 is

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

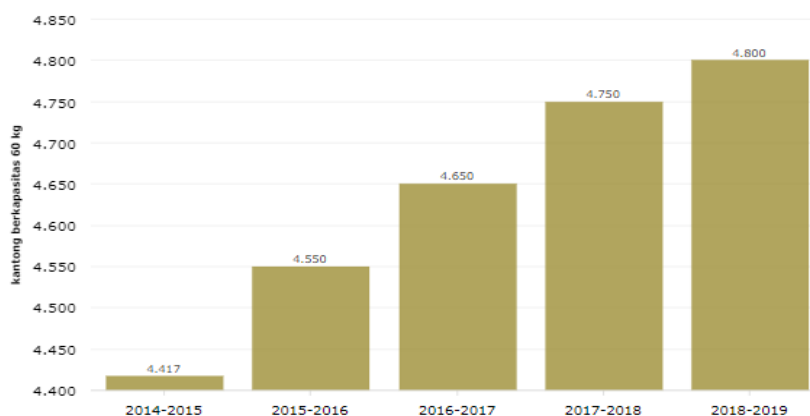
Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

rejected and H_a is accepted. From the research results, it was found that the coefficient of determination was 0.656 or 65.6%. This effective contribution means product quality, and price influences 65.6% of consumer satisfaction, while the rest is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Customer Satisfaction; Price; Product Quality

Pendahuluan

Berdasarkan data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat. Pada periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (kg). Sementara pada periode 2014-2015 jumlah konsumsi kopi domestik hanya 4.417 kantong. Kemudian, pada periode tahun berikutnya mencapai 4.550 kantong (Katadata, 2020). Data konsumsi kopi domestik di Indonesia Periode 2014-2019 dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1 Konsumsi kopi domestik di Indonesia periode 2014-2019
(*International Coffee Organization*)

Hasil riset independen Toffin bersama Majalah MIX Marcomm di akhir tahun 2019 menyebutkan, jumlah gerai kopi di Indonesia bertambah signifikan selama tiga tahun terakhir. Kemunculannya tidak terbendung dan terus tumbuh. Jumlah kedai kopi meningkat pesat dari 1.083 gerai pada 2016 menjadi 2.937 gerai pada Agustus 2019. Angka tersebut belum termasuk kedai-kedai kopi independen yang modern, kedai kopi tradisional, dan kedai kopi keliling. Tak hanya itu, penjualan produk *Ready to Drink* (RTD) atau kopi siap minum, seperti produk kopi yang dijual di kedai kopi juga terus meningkat (Ammurabi, 2020).

Dari banyaknya jumlah konsumsi kopi yang terdapat di Indonesia, membuat wirausahawan tertarik untuk mendirikan usaha kedai kopi sehingga saat ini usaha kedai kopi telah banyak bermunculan. Kedai kopi di Kota Bekasi mengalami perkembangan yang cukup pesat, kurang lebih terdapat hampir sekitar seribu usaha kedai kopi dengan segmen pasar kedai kopi *modern* (Yosepha, 2021). Hal ini sesuai dengan data dari Perkebunan.id yang menyatakan bahwa Kota Bekasi saat ini memiliki kedai kopi sampai 1.300 (Perkebunan.id, 2020). Salah satu kedai kopi yang menjadi sasaran penikmat kopi di Kota Bekasi adalah Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi. Di wilayah Galaxy Bekasi terdapat cukup banyak usaha kedai kopi. Adapun perbandingan harga kedai kopi yang berada di wilayah Galaxy Bekasi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Perbandingan harga kedai kopi di Galaxy Bekasi

No	Nama Kedai	Rentang Harga
1	Kedai Norak Kopi	Rp 5.000 – Rp 20.000
2	Pelakor Coffee	Rp 3.000 – Rp 85.000
3	Kedai Tingwe	Rp 4.000 – Rp 20.000
4	Yard Coffee	Rp 10.000 – Rp 28.000
5	Kopi Tanda	Rp 7.000 – Rp 20.000
6	Tusixti Coffee	Rp 5.000 – Rp 75.000
7	Toko Kopi Tuku	Rp 5.000 – Rp 115.000
8	Kopi Balayar	Rp 9.000 – Rp 76.000
9	Kopinishi	Rp 5.000 – Rp 17.000
10	Kopi Tala	Rp 5.000 – Rp 30.000

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa Kedai Norak Kopi Galaxy menjadi salah satu kedai dengan harga yang cukup terjangkau. Harga yang ditetapkan Kedai Norak Kopi Galaxy memiliki rentang yang sama dengan Kopinishi, sementara pada kedai kopi lainnya memiliki rentang harga mulai dari Rp 4.000 hingga paling mahal yaitu Rp 115.000. Dalam arti sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Secara umum, harga adalah jumlah semua nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2011). Harga merupakan aspek penting bagi konsumen dalam membeli suatu produk, karena harga produk memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut (Kristina, 2020:21). Konsumen bersedia membeli produk dengan kualitas produk yang tinggi dengan harga yang wajar atau

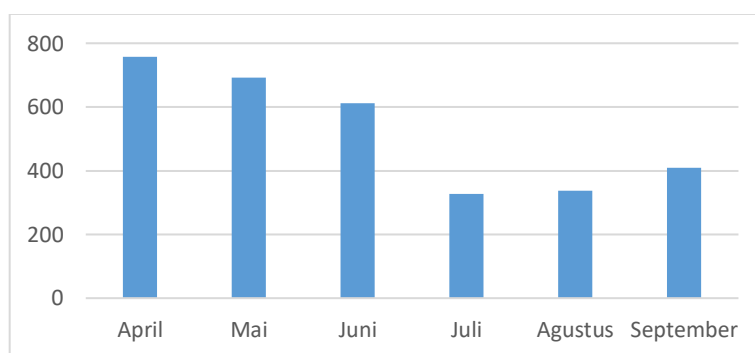
Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

relatif murah (Sobari & Gunawan, 2021:491). Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan dapat memperhatikan faktor harga (Umam, 2019:7).

Kualitas produk dan harga yang diterapkan dalam suatu produk dinyatakan mampu memengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Fitriasshinta & Melinda, 2018). Sementara dalam penelitian (Setyo, 2017) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini disebabkan karena beberapa produk yang dijual merupakan barang yang langka sehingga harga bukan menjadi suatu pertimbangan berat bagi konsumen yang mencari produk tersebut. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Saidani & Arifin, 2012) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut mengindikasikan bahwa meskipun telah banyak dilakukan penelitian mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Namun, tetap banyak ditemukan hasil penelitian yang berbeda-beda.

Menurut (Umar, 2014:65) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang konsumen terima dan harapannya. Kepuasan konsumen menjadi salah satu penilaian yang penting bagi kedai kopi. Berikut ini adalah data jumlah pengunjung Kedai Norak Kopi Bekasi tahun 2021.



Gambar 2 Jumlah Pengunjung Kedai Norak Bekasi Tahun 2021

Grafik jumlah pengunjung pada gambar 2 menunjukkan data pengunjung Kedai Norak Kopi pada bulan April hingga September 2021. Berdasarkan gambar di

atas maka dapat diketahui bahwa dalam kurun waktu enam bulan, pengunjung Kedai Norak Kopi mengalami penurunan dan kenaikan yang fluktuatif. Penurunan paling besar terjadi pada bulan Juli, di mana terjadi penurunan hingga setengah dari jumlah pengunjung bulan Juni. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh Kedai Norak Kopi dinilai belum cukup mampu untuk mempertahankan jumlah pengunjung. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengelola Kedai Norak Kopi mengungkapkan bahwa pengunjung Kedai Norak Kopi sendiri lebih banyak didominasi oleh pengunjung baru, sementara jumlah pengunjung lama yang melakukan pembelian ulang sangat jarang ditemukan. Hanya beberapa orang yang memang tinggal di wilayah setempat atau yang dekat dengan lokasi yang melakukan pembelian ulang di Kedai Norak Kopi. Namun, sisanya sangat jarang ditemukan pelanggan yang akhirnya melakukan pembelian ulang terhadap produk-produk di Kedai Norak Kopi. Hal ini berarti perusahaan belum dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap kepuasan konsumen mereka untuk melakukan pembelian kembali atau menjadi pelanggan tetap sebagaimana ditunjukkan dari penurunan jumlah kunjungan Kedai Norak Kopi dari bulan April hingga September tahun 2021. Jika dibiarkan, tentu hal ini dapat membuat Kedai Norak Kopi akan mengalami kerugian yang sangat besar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kedai Norak Kopi menyatakan bahwa Kedai Norak Kopi selalu berupaya untuk memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumennya. Namun, untuk dapat menghasilkan kualitas produk yang baik, akan menimbulkan kenaikan harga karena bahan baku yang lebih mahal. Hal inilah yang menjadi kelemahannya. Meskipun kualitas produk yang dihasilkan belum dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, namun Kedai Norak Kopi tetap berusaha untuk menarik konsumen dari segi harga yang mereka tawarkan. Sementara pada aspek lainnya, Kedai Norak Kopi tidak menemukan permasalahan yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti membuat pra-riset pada 40 orang konsumen Kedai Norak Kopi untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga serta kepuasan konsumen sudah terpenuhi.

Berdasarkan hasil pra-riset yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa Kedai Norak Kopi belum dapat memberikan kualitas produk dan

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

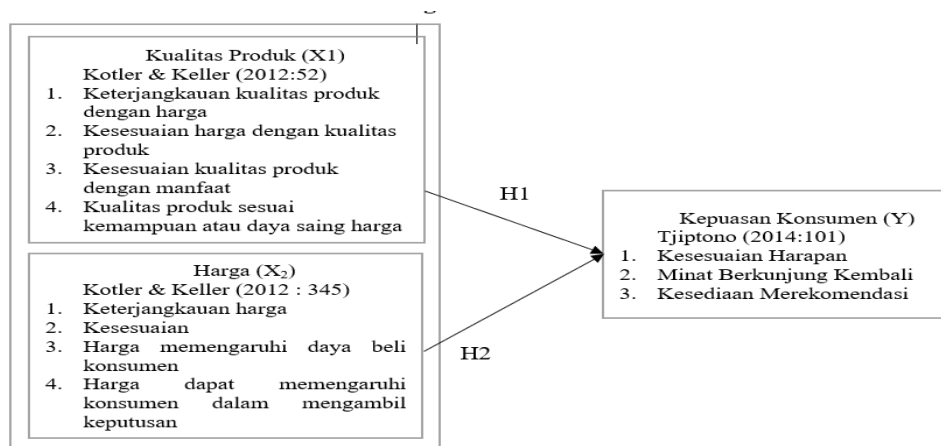
Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

harga yang mampu memenuhi kepuasan konsumen. Pada variabel kualitas produk, konsumen belum merasa terkesan dengan kopi yang disajikan oleh Kedai Norak Kopi, meskipun kualitas biji kopi yang digunakan sudah merupakan kualitas terbaik. Dalam pra-riset tersebut Kedai Norak Kopi perlu memanfaatkan kualitas biji kopi yang mereka miliki untuk dapat membuat konsumen merasa terkesan dan puas. Hal yang sama juga ditunjukkan pada variabel harga. Konsumen cukup puas dengan harga yang disajikan oleh Kedai Norak Kopi, namun harga yang digunakan belum mampu bersaing. Dalam pra-riset tersebut Kedai Norak Kopi perlu memanfaatkan ciri khas dan keterjangkauan harga yang mereka miliki untuk dapat membuat konsumen merasa terkesan dan puas. Kedua permasalahan yang didapatkan dari kualitas produk dan harga yang dimiliki oleh Kedai Norak Kopi akan memengaruhi kepuasan konsumen yang melakukan pembelian di Kedai Norak Kopi. Dalam hasil pra-riset, konsumen belum merasa cukup puas dengan kualitas produk dan harga yang diberikan Kedai Norak Kopi. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis Penelitian

Penelitian ini didukung dan dikonfirmasi oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memengaruhi kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 2012:88), kualitas produk adalah seperangkat fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau diasumsikan. Jika produk yang diterima memenuhi harapan, maka produk tersebut dikatakan baik atau positif. Jika produk yang dirasakan melebihi produk yang diharapkan, maka kualitas produk dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal dan sebaliknya. Penelitian (Savitri & Anggela, 2020), (Purnamasari, 2015), (Galingging, 2016), (Yoga, 2018) dan (Setyo, 2017) menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0 = \beta_1 = 0$: diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi.

$H_a = \beta_1 \neq 0$: diduga kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Definisi harga Menurut Tjiptono (2018:8), harga adalah total pengorbanan yang rela dilakukan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa tertentu. Menurut Kotler & Armstrong (2012:68), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk. Harga produsen diubah menjadi biaya yang dibebankan kepada konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:91) menyatakan uang atau satuan ukuran lain (termasuk barang dan jasa lain) yang ditukarkan dengan kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa adalah uang. Konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dan harga suatu produk atau jasa. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka kepuasan pelanggan dapat menurun dan

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

sebaliknya. Ketika nilai yang dirasakan konsumen lebih tinggi, itu menciptakan kepuasan pelanggan.

Montung (2015:682), Fitriasshinta & Melinda (2018), dan Riskawati et al., (2020) menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa pada saat yang sama, kualitas produk, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0 = \beta_2 = 0$: diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi.

$H_a = \beta_2 \neq 0$: diduga harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diolah langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kali. Data utama penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner tentang kualitas produk dan harga kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi. Penelitian ini dilakukan di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi yang berlokasi di Jl. Grand Galaxy City Central Park 3 No.36, Kelurahan Jakasetia, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah konsumen Norak Kopi Kedai dan sampel pengunjung yang membeli produk dari Norak Kopi Kedai. Penelitian ini menggunakan rumus Arikunto (2014; 176) sebagai teknik pengambilan sampel sebagai berikut:

Tabel 2 Populasi dan Sampel Penelitian

Bulan	Jumlah pengunjung
April	758
Mei	693
Juni	612

Juli	327
Agustus	338
September	409
Total	3137

Sumber: Kedai Norak Kopi Galaxy, 2022

$$n = \frac{N}{N \cdot D^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

D² = Presisi yang ditetapkan/tingkat kesalahan 10%

$$n = \frac{3137}{(3137(0,10)^2 + 1)}$$

n = 99,9

Dalam penelitian ini populasi diambil dari konsumen Kedai Norak Kopi pada bulan April hingga Agustus pada tahun 2021 sebanyak 3.137 konsumen. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 99.9 dibulatkan menjadi 100 orang/responden yang telah melakukan pembelian di Kedai Norak Kopi. Dalam memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode observasi, kuesioner dan studi Pustaka.

Metode Analisis Data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang pertama kali dilakukan adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji linearitas. Selain itu juga menggunakan uji regresi ganda serta uji hipotesis yang terdiri dari uji t (parsial) dan uji f (simultan).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy. Berdasarkan hasil analisis kriteria responden didapatkan bahwa penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 68 orang, dengan usia 17-25 tahun sebanyak 75 orang, dan pekerjaan paling banyak yaitu karyawan swasta 34 orang.

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Salah satu cara untuk menguji validitas adalah menghitung nilai korelasi antara setiap item pernyataan dengan skor totalnya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (r_{hitung}). Hasil analisis validitas menggunakan komputer yaitu program SPSS versi 25 ditunjukkan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Sedangkan nilai dari r_{hitung} dapat dilihat dalam *Corrected Item Total Correlation* pada program SPSS versi 25. Pengambilan keputusan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Count	R-Tabel	Validitas
Kualitas Produk (X₁)	X1.1	0.663	0.1654	Valid
	X1.2	0.678		Valid
	X1.3	0.626		Valid
	X1.4	0.670		Valid
	X1.5	0.720		Valid
	X1.6	0.723		Valid
	X1.7	0.438		Valid
	X1.8	0.562		Valid
	X1.9	0.499		Valid
	X1.10	0.533		Valid
Harga(X₂)	X2.1	0.557	0.1654	Valid
	X2.2	0.604		Valid
	X2.3	0.681		Valid
	X2.4	0.822		Valid
	X2.5	0.685		Valid
	X2.6	0.662		Valid
	X2.7	0.632		Valid
	X2.8	0.665		Valid
	X2.9	0.703		Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.586	0.1654	Valid
	Y.2	0.749		Valid
	Y.3	0.755		Valid
	Y.4	0.706		Valid
	Y.5	0.610		Valid
	Y.6	0.676		Valid
	Y.7	0.685		Valid
	Y.8	0.808		Valid
	Y.9	0.675		Valid

	Y.10	0.677		Valid
	Y.11	0.721		Valid
	Y.12	0.684		Valid

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa semua variabel dinyatakan valid. Karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} , dimana r_{tabel} dalam penelitian ini dengan n sebanyak 100 yaitu 0.1654.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian pada validitas atas variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan pengujian reliabilitas. Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada program SPSS versi 25 dan ditunjukkan oleh besarnya nilai α (α). Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai $\alpha_{cronbach} > 0,6$ maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel. Berikut ini rangkuman hasil pengujian yang menunjukkan nilai α pada variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Items	N	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Kualitas produk (X_1)	10	100	0.813	High
Harga (X_2)	9	100	0.845	High
Kepuasan konsumen (Y)	12	100	0.902	High

Sumber : Data diolah, 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai $\alpha_{cronbach} > 0,6$, sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

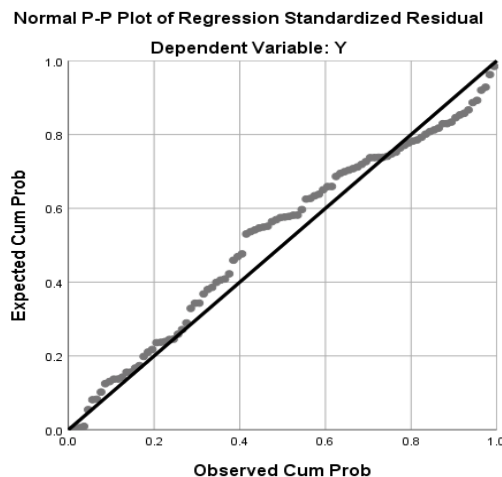
Setelah diketahui bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, maka data dapat diolah untuk dapat menguji asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linieritas.

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan berasal dari populasi yang normal. Pengujian ini menggunakan metode *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* dengan membandingkan *Asymptotic Significance* (probabilitas) dengan taraf signifikansi. Hasil Pengujian normalitas masing-masing variabel ditunjukkan dalam tabel berikut ini:



Gambar 4 Hasil Uji Normalitas

Dari hasil grafik normal P-Plot dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik pada grafik mengikuti garis lurus utama dan tidak menyebar, sehingga data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam model terdapat hubungan yang sempurna atau tidak.

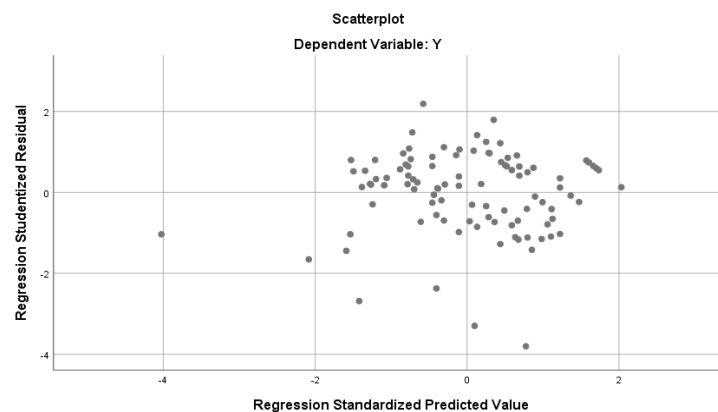
Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.932	1.073
	X2	.932	1.073

Data dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dapat dilihat dari *Tolerance* dan nilai *VIF*. Jika nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai *VIF* < 10.00 , dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengandung multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* < 0.10 dan nilai *VIF* > 10.00 maka dapat di katakan bahwa terjadi multikolinieritas. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai Tolarance sebesar 0.932 dan nilai VIF sebesar 1.073 sehingga data dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas, yaitu. varians dari satu pengamatan residual ke yang lain adalah tetap.



Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot bahwa titik-titik data penyebaran di atas dan di bawah dan di sekitar angka 0, tidak mengumpul dan tidak membentuk pola. Sehingga data dinyatakan bebas dari gejala heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi default ini adalah untuk menentukan apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu t pada periode $t-1$ (sebelumnya) dari model regresi linier. Jika terdapat korelasi, maka disebut masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

Durbin-Watson (DW test), disini terdapat permasalahan yang mendasar yaitu distribusi dari statistik itu sendiri tidak diketahui secara pasti. Selain itu, Durbin-Watson juga menghasilkan aturan keputusan berikut:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W dibawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W dibawah +2 berarti ada autokorelasi negatif

Hasil uji Durbin-Watson (DW test) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi
Durbin-
Model Watson

1	1.747 ^a
---	--------------------

Dari output SPSS di atas diperoleh nilai DW sebesar 1.747 kemudian nilai dari tabel DW dibandingkan dengan nilai 2, dan karena nilai ini berada diantara -2 sampai +2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi.

Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara dua variabel. Linearitas dapat diartikan sebagai hubungan yang linear antar variabel, yaitu apabila terjadi perubahan pada satu variabel maka variabel lain pun akan mengalami perubahan dengan besaran yang sejajar. Pengujian linearitas berfungsi atau bertujuan untuk mengetahui apakah penelitian linear (lurus) atau tidak linear (tidak lurus). Hasil rangkuman uji linearitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0.227	Linier
Harga (X ₂)	0.076	Linier

Hasil uji linearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig >0,05).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari hasil analisis dari program SPSS 25 pada tabel 4.9.

Tabel 8 Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.051	4.220		-.486	.628
	X1	.203	.089	.139	2.277	.025
	X2	1.141	.091	.767	12.548	.000

Sumber : Data diolah, 2022.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$
$$Y = -2.051 + 0.203 X_1 + 1.141 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Nilai koefisien variabel kualitas produk (X_1) yaitu sebesar 0.203 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang positif dan berdampak pada kepuasan konsumen yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0.203, dan apabila Kualitas produk (X_1) mengalami kenaikan sebesar 0.203, maka kepuasan konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.203, dengan asumsi harga (X_2) bernilai tetap.
2. Nilai koefisien variabel harga (X_2) yaitu sebesar 1.141 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang positif dan berdampak pada kepuasan konsumen yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi yaitu sebesar 1.141, dan apabila harga (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1.141, maka kepuasan konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 1.141, dengan asumsi kualitas produk (X_1) bernilai tetap.

Uji Hipotesis

Uji t

Perhitungan untuk menguji keberartian variabel independen kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Dalam menentukan hasil uji t dapat dilihat dari $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan sebaliknya jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis uji t dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	-2.051	4.220		-.486	.628
	X1	.203	.089	.139	2.277	.025
	X2	1.141	.091	.767	12.548	.000

Jika dihitung berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0.025. Kemudian karena nilai $0.025 < 0.05$, maka X_1 dapat disimpulkan bahwa berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) atau hipotesis diterima.

Sementara variabel harga (X_2) yaitu $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) atau hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Jika dilakukan perbandingan antara nilai $t\text{-hitung}$ dengan $t\text{-tabel}$, dapat dilihat bahwa nilai $t\text{-hitung}$ dari variabel kualitas produk (X_1) bernilai $2.277 > t\text{-tabel}$ yaitu 1.66, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 secara parsial berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Kemudian dapat dilihat bahwa nilai

t-hitung dari variabel harga (X_2) bernilai 12.548 > t-tabel yaitu 1.66. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari, 2015)(Fitriasshinta & Melinda, 2018), (Hermawan, 2018), dan (Umam, 2019) yang menyatakan bahwa baik kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3752.271	2	1876.136	95.256	.000 ^b
	Residual	1910.479	97	19.696		
	Total	5662.750	99			

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 95.256, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2.70 sehingga variabel diduga berpengaruh secara positif signifikan antara kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan “Diduga secara bersama sama berpengaruh secara positif signifikan antara kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sukmawati, 2017), (Pratama, 2018), dan (Kristina, 2020) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen. Kualitas produk memiliki hubungan yang kuat antara nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dianggap penting bagi konsumen untuk tetap pada pilihannya dan

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

kualitas konsumen untuk membeli lagi dan lagi. Padahal harga merupakan ukuran kualitas produk. Selain itu, harga diperhitungkan saat membeli produk. Kualitas produk dan harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk yang memuaskan konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2018: 93).

Pratama (2018: 72) dan Kristina (2020: 22), yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika harga yang ditetapkan pengusaha tidak sesuai dengan kegunaan produk atau jasa, maka dapat melemahkan kepuasan konsumen. Sebaliknya jika harga yang ditawarkan pedagang sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Ketika manfaat yang dirasakan meningkat pada harga tertentu, demikian juga nilai. Semakin tinggi nilai yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Tjiptono, 2018b).

Uji Koefisien Determinan (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara nol sampai satu, semakin mendekati angka satu dapat dikatakan model tersebut semakin baik. Hasil analisis uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.663	.656	4.43798

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 65,6% yang artinya variabel bebas dalam model kualitas dan harga produk menjelaskan 65,6% variasi kepuasan konsumen, dan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain atau variabel yang tidak ada dalam model. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan serta berpengaruh besar

terhadap kepuasan konsumen di Kedai Norak Kopi Galaxy. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif atau sangat besar terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya jika kualitas dan harga produk meninggalkan kesan negatif, maka kepuasan konsumen akan menurun.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dinyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Norak Kopi Galaxy. Pada hasil uji F yang diperoleh nilai Fhitung sebesar 95.256 dengan signifikansi 0,000. Hasil perhitungan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = -2.051 + 0.203 X_1 + 1.141 X_2$ artinya kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 2.277 dengan nilai signifikansi sebesar 0,025. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk Kedai Norak Kopi Galaxy maka kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy akan meningkat.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 12.548 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi memiliki nilai positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika manfaat yang dirasakan konsumen Kedai Norak Kopi Galaxy meningkat pada tingkat harga tertentu maka nilainya akan meningkat. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi nilai Kedai Norak Kopi Galaxy oleh konsumen maka akan tercipta kepuasan konsumen.

Variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Norak Kopi Galaxy. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian yang diperoleh dengan uji F yang memiliki nilai F hitung sebesar 95,256 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau lebih kecil dari

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi

0,05. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,656 atau 65,6%. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi efektif ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Kontribusi efektif berarti kualitas produk dan harga mempengaruhi 65,6% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ammurabi, S. D. (2020). *Siasat industri kopi bertahan di tengah pandemi*. Alinea.Id. <https://www.alinea.id/bisnis/industri-kopi-mencoba-bertahan-di-tengah-pandemi-b1ZL19tAn>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta.
- Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Fitriasshinta, D., & Melinda, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. *Journal of Management and Business Review*, 15(2), 219–234.
- Galingging, A. R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Im3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*.
- Hermawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 1–15.
- Katadata. (2020). *Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat Selama 5 Tahun Terakhir*. ICO.
- Kotler, & Amstrong. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (8th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Vol. 1). Prenhalindo.
- Kotler P, & Keller KL. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Kristina, M. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jemblung Coffee Malang*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Montung, P. (2015). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran kawan baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).

- Perkebunan.id, M. (2020). *Umkm Kota Bekasi Sajikan Kopi Khas*. Media Perkebunan. <https://mediaperkebunan.id/umkm-kota-bekasi-sajikan-kopi-khas/>
- Pratama, S. yoga. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Agya Collection Ponorogo. In *Journal of Physical Therapy Science* (Vol. 9, Issue 1).
- Purnamasari, I. G. A. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.
- Riskawati, E., Sissah, S., & Mutia, A. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (HPA) Di Kota Jambi*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1). <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Santi Yoga, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Agya Collection Ponorogo*.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sobari, H., & Gunawan, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Belrum Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal E-Bis*, 5(2), 489–504.
- Sukmawati, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Kafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Tjiptono. (2018a). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2018b). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.
- Tjiptono Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa* (1st ed.). Andi Offset.
- Umam, B. H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Jakarta Alumunium*. 8(5), 55.
- Umam BH. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Jakarta Alumunium*. University Muhammadiyah Malang.
- Umar, H. (2014). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Yosepha, S. Y. (2021). Determinan penggunaan media sosial, kreativitas dan pelatihan terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm). *Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181.

Taufiqurrahman, Yuni Astuti Tri Tartiani
Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi