

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN CAFE BARESTA DI BOJONEGORO**

SKRIPSI



OLEH:

GURUH HARYA PRATAMA

NIM. 21010212

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI STIE CENDEKIA

BOJONEGORO

TAHUN 2025

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN CAFE BARESTA DI BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar sarjana manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

Oleh:

GURUH HARYA PRATAMA

NIM. 21010212

Menyetujui:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Ari Kuntardina,ST.,SE,MM.
NUPTK.3754753654230072



Latifah Anom,SE.,MM.
NUPTK.4834751652230152

Dipertahankan Didepan Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro

Oleh:

Nama Mahasiswa : Guruh Harya Pratama

Nim : 21010212

Disetujui Dan Diterima

Hari, Tanggal : Sabtu, 23 Agustus 2025

Tempat : STIE Cendekia Ruang D,E

Dewan Penguji Skripsi:

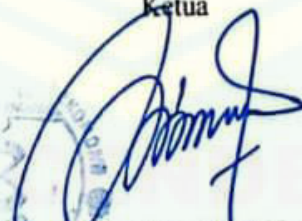
1. Ketua Penguji Skripsi : Drs. Suprpto, MM
2. Sekretaris Penguji : Latifah Anom, SE., MM
3. Anggota Penguji : Ahmad Saifurrisa Effasa, SHI., MM



Diserahkan Oleh

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua



Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak
NUPTK.7837753654232242

MOTTO

“Betapun Banyaknya Kesalahan Yang Kamu Buat,
Seberapa Lambatnya Kemajuanmu,
Kamu Tetap Jauh Lebih Maju Dibandingkan Mereka Yang Tidak Mencoba.”

“TONY ROBBINS “

Kupersembahkan Untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga

Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Orang tua saya

Bapak Kardono dan Ibu Rochani yang selalu melangitkan doa-doa baik

dan menjadikan motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini

terima kasih telah mengantarkan saya sampai titik ini.

ABSTRAK

Pratama, Guruh Harya. 2025, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Baresta di Bojonegoro*. Skripsi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro. Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM. selaku Dosen Pembimbing satu dan Latifah Anom, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing dua.

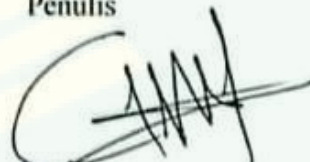
Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Baresta di Bojonegoro. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner serta adanya penurunan jumlah pengunjung di Cafe Baresta sejak tahun 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden menggunakan teknik sampling insidental. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,871 mengindikasikan bahwa 87,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. Sementara 12,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, disarankan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap pada kepuasan pelanggan.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama : Guruh Harya Pratama
Nim : 21010212
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 03 Juni 2000
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMA
Nama Orang Tua : Kardono
Alamat : Ds. Sumberarum Rt17 Rw06 Kec. Dander
Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Baresta
di Bojonegoro

Bojonegoro, 13 Agustus 2025
Penulis



Guruh Harya Pratama

STIE CENDEKIA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

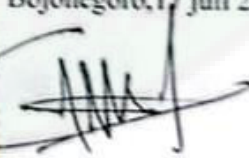
Nama : Guruh Harya Pratama
Nim : 21010212
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 03 Juni 2000
Program Studi : Manajemen
Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Baresta di Bojonegoro" adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiasi hasil karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari hasil plagiasi orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima di STIE Cendekia Bojonegoro ditinjau kembali.



Bojonegoro, 17 Juli 2025


Guruh Harya Pratama

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi yang berjudul Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kehidupan Akademik Dan Sosial Mahasiswa Stie Cendekia Bojonegoro dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan kurikulum pendidikan Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro. Penulis menyadari bahwa tersusunnya penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan yang diberikan kepada penulis, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

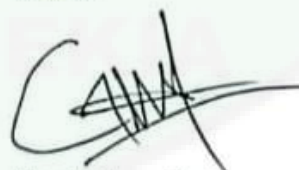
1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA, Ak, Selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Ibu Dr. Ari Kuntardina, ST, SE., MM dan Ibu Latifah Anom, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Owner dan karyawan café baresta atas bantuan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Mahasiswa Stie Cendekia Bojonegoro atas bantuan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini.

6. Para Dosen, karyawan, rekan-rekan dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penulisan penelitian ini.
7. Orang tuaku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
8. Segenap pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih belum sempurna. Namun demikian, penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca guna kesempurnaan penelitian ini, dan semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 17 juli 2025

Penulis



Guruh Harya Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	v
BIODATA SINGKAT PENULIS	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Dan Cakupan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	12
A. Kajian Teori Dan Deskripsi Teori.....	12
1. Harga	12
2. Kualitas Pelayanan	15
3. Kepuasan Pelanggan	18
B. Kajian Empiris	21
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Hipotesis.....	27
BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Metode dan Jenis Penelitian	28
B. Jenis dan Sumber Data.....	29
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	30

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	31
E. Definisi Operasional	32
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian	40
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	41
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
1. Uji Instrumen	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinearitas	47
c. Uji Heterokedastisitas	48
3. Uji Hipotesis	49
a. Uji Regresi Linier Berganda	49
b. Uji t	50
c. Uji Koefisien Determinasi	51
D. Pembahasan	52
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pertumbuhan PBD Berdasarkan Lapangan Usaha	1
Tabel 2. Data Rata-Rata Pelanggan Café Baresta	8
Tabel 3. Kajian Empiris	21
Tabel 4. Skor Skala Liket.....	32
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 8. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 9. Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 11. Hasil Uji Multikolineritas	47
Tabel 12. Hasil Uji Heterokedastisitas	48
Tabel 13. Hasil Uji Linier Berganda.....	49
Tabel 14. Hasil Uji Parsial	51
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	25
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di bidang minuman dan makanan (*food and beverage*) di Indonesia saat ini cukup tinggi. Mempertahankan industri makanan dan minuman (*food and beverage*) pada saat ini bukanlah suatu hal yang mudah karena tingginya persaingan yang ada. Menurut Kementerian Perdagangan pada kuartal II tahun 2024 industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan hingga 5,53%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) ini menjanjikan dan mempunyai potensi besar bagi pelaku usaha untuk dapat berkembang.

Informasi yang sama didapatkan dari data BPS yang menunjukkan bahwa, data pertumbuhan Produk Domestik Bruto atau PDB berdasarkan lapangan usaha sebagai berikut:

Tabel 1 Data Pertumbuhan PDB Berdasarkan Lapangan Usaha

Kategori PDRB	Kuartal IV 2023	2023
Transportasi dan Pergudangan	10.33%	13.96%
Jasa Lainnya	10.15%	10.52%
Pengadaan Listrik dan Gas	8.68%	4.91%
Penyediaan Makan dan Minum	7.89%	10.01%
Konstruksi	7.68%	4.91%

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) juga menunjukkan hal yang sama bahwa sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) atau bisnis penyedia makan dan minum pada tahun 2023 menjadi salah satu bisnis dengan pertumbuhan tinggi yakni sebesar 10,01% yang sebelumnya pada kuartal IV 7.89% persentase ini dibawah transportasi dan perdagangan dan jasa lainnya, yang masing-masing mempunyai nilai persentase pertumbuhan bisnis sebesar 13.96% dan 10.52%.

Cafe menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat dan banyak diminati di bidang kuliner (*food and beverage*). Cafe merupakan tempat yang tidak hanya menyediakan kopi, namun beberapa menu lainnya seperti kue dan disertai dengan hiburan berupa musik akustik (Septadinusastra, 2022). Kedai kopi atau cafe saat ini menjadi tempat yang banyak dikunjungi oleh berbagai kalangan. Fasilitas seperti *wifi*, tempat yang nyaman, dan hidangan yang beragam menjadikan cafe menjadi salah satu tempat yang cocok untuk dijadikan sebagai tempat kegiatan dari non formal seperti *nongkrong* atau bahkan kegiatan formal seperti *meeting* kerja.

Saat ini cafe menjadi salah satu kebutuhan penunjang bagi beberapa orang terutama bagi anak muda, generasi millenial dan generasi Z, karena cafe saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk melakukan sosialisasi, tetapi lebih dari itu, cafe saat ini banyak digunakan untuk bekerja dengan istilah WFC atau *work from cafe*. *Work from cafe* merupakan konsep yang sedang populer dimana mengacu pada seseorang misalnya pekerja *freelance* yang memilih untuk

bekerja di kafe ataupun kedai kopi dibandingkan di kantor atau rumah untuk melakukan pekerjaannya.

Work from Cafe atau dikenal dengan istilah WFC yang menjadi budaya baru dalam bekerja yang muncul sejak dilonggarkannya peraturan pemerintah pada saat covid-19 yang menjadikan *work from home* menjadi *work from cafe*. Sejalan dengan semakin banyaknya fungsi cafe saat ini menjadikan pelaku bisnis mulai merambah pembangunan cafe hingga ke daerah kabupaten, Salah satunya di Kabupaten Bojonegoro.

Awalnya fenomena pertumbuhan bisnis makanan dan minuman (*food and beverage*), akan tetapi tidak diikuti dengan pertumbuhan peluang perusahaan. Data Ketua Kamar Dagang dan Industri (Kadin) DKI Jakarta menyebutkan 85,42% dari seluruh pelaku UMKM hanya mampu bertahan selama satu tahun ditengah pelemahan ekonomi akibat covid-19. Selaras dengan kenaikan pertumbuhan industri (*food and beverage*) mengakibatkan tingginya persaingan bisnis di bidang ini. Hal ini mengharuskan pengusaha dan perusahaan untuk mampu berinovasi dan melakukan strategi bisnis yang baik untuk mampu mempertahankan bisnisnya tetap berjalan. Kondisi persaingan yang semakin ketat, memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan strategi-strategi (Anindhita et al., 2022).

Saat ini cafe menjadi salah satu kebutuhan penunjang bagi beberapa orang terutama bagi anak muda, generasi millenial dan generasi Z, karena cafe saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk melakukan sosialisasi, tetapi lebih dari itu, cafe saat ini banyak digunakan untuk bekerja dengan istilah WFC

atau *work form cafe*. Work from cafe merupakan konsep yang sedang populer dimana mengacu pada seseorang misalnya pekerja *freelance* yang memilih untuk bekerja di kafe ataupun kedai kopi dibandingkan di kantor atau rumah untuk melakukan pekerjaannya.

Banyak usaha atau perusahaan yang kurang mempertimbangkan faktor harga dan menetapkan harga terlalu tinggi untuk produknya yang tidak sesuai dengan pasar, sehingga mengakibatkan usahanya tidak mampu bersaing di pasaran dan gulung tikar. Harga ditetapkan sesuai dengan kemampuan ekonomi konsumen, sehingga mereka dapat membeli barang tersebut, harga juga dapat menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian seseorang (Foster, 2020).

(Umbase dan Areros, 2022) menyebutkan bahwa hal terpenting dari pelayanan sebuah restoran adalah kualitas produk (makanan) dan harga yang diberikan. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jimmy dan Sugiharto, 2020) yang menunjukkan hasil bahwa *price* atau harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga menjadi gambaran bagaimana kualitas dan rasa dalam sebuah cafe atau rumah makan.

Selain harga pada sebuah cafe, pelayanan atau *service* menjadi salah satu pertimbangan pelanggan untuk terus datang di sebuah tempat makan. Indrasari (2020) dalam (Prasetio, 2012) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan

pelayanan setara atau lebih dari apa yang diharapkan pelanggan. Dan sebaliknya, pelayanan dikatakan buruk jika penyedia jasa atau perusahaan memberikan pelayanan dibawah dari apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat dibentuk dengan memberikan pelayanan yang baik dan kompetitif yang diterima baik di masyarakat (Lutfia & Wulansari, 2024). Selaras dengan pernyataan tersebut dalam penelitian yang dilakukan oleh Foster, (2020) menyebutkan bahwa kualitas layanan atau *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Semakin baik perusahaan mampu memberikan kualitas layanan kepada konsumen maka konsumen akan merasakan kepuasan (Rizky & Suyuthie, 2024). Kualitas layanan dapat dirasakan dari pemenuhan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaian atau janji untuk mengimbangi harapan dari konsumen. Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, tugas dan proses, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen” Garvin (1988) dalam (Onibala & Raintung, 2020)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Menurut R.A Supriyono dalam (Prasetio, 2012) mengartikan pelayanan merupakan kegiatan yang diselenggarakan organisasi atau perusahaan menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.

Kualitas pelayanan adalah suatu upaya untuk mewujudkan kenyamanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai yang lebih

besar dari yang diharapkan (M.Cristo., D.P.E.Saerang., 2017). Kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* menjadi salah satu strategi penting yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk dapat bersaing di era banyaknya usaha *cafe* yang tersebar saat ini. Menciptakan kepuasan pelanggan adalah faktor utama untuk perusahaan mampu bersaing. Kepuasan ini dapat diberikan dengan memberikan kualitas produk makanan atau layanan yang baik dengan harga yang kompetitif.

Pelanggan di definisikan sebagai orang yang mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dibangun berdasarkan pembelian yang berulang-ulang. Sedangkan, kepuasan pelanggan menurut (Matantu et al., 2020) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut Saerang kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang menyatakan perbandingan seseorang atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan (M.Cristo., D.P.E.Saerang., 2017). Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2021) dalam (Dai et al., 2022).

Pelanggan akan menjadi loyal dan datang kembali bahkan merekomendasikan kepada orang lain ketika merasa puas yakni perasaan dimana harapan atau tingkat ekspektasi sesuai dengan apa yang didapatkan ketika datang di sebuah *cafe*. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat krusial ketika

perusahaan ingin mengembangkan bisnisnya dan memenangkan persaingan karena telah terbukti menghasilkan pembelian ulang (Jimmy dan Sugiharto, 2013). Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan harapan pelanggan (Cristo & Saerang, 2017).

Salah satu cafe di Bojonegoro yang mampu bertahan hingga saat ini adalah Cafe Baresta. Cafe ini berdiri dari tahun 2020 hingga saat ini masih konsisten di tengah persaingan bisnis cafe yang ada di Kabupaten Bojonegoro. Cafe Baresta mengusung konsep *indor* dengan memadukan rumah jawa kuno dengan kursi dan meja jadul terbuat dari kayu dan *outdor* dengan pemandangan hamparan sawah dengan mengusung konsep interior cafe bernuansa pedesaan menjadi keunggulan dari cafe ini,

Daya tarik lain dari Cafe Baresta adalah harga makanan dan minuman yang terjangkau seperti kopi hitam seharga Rp 5.000,00, Americano Rp 7.000,00 kopi susu Rp 8.000,00 dan milkshake seharga Rp 10.000,00 dan makanan berat mulai dari Rp 15.000,00 seperti nasi goreng dan mie pedas sampai Rp 20.000,00 seperti ayam, bebek atau tongseng dan pelayanan yang baik seperti ketepatan waktu penyajian makanan, pembeli tidak perlu menunggu waktu lama untuk di sajikan, pelayanan yang ramah, dan fasilitas memadai seperti kamar mandi, mushola, wifi dan kebersihan Cafe Baresta membuat cafe ini tetap bertahan hingga saat ini.

Namun walaupun tetap bertahan hingga saat ini, terdapat penurunan jumlah pengunjung yang ada pada Cafe Baresta ini dibandingkan dengan awal berdirinya pada tahun 2020 hingga saat ini akibat dari banyaknya pilihan

masyarakat untuk memilih cafe tempat mereka bersosialisasi. Hal ini terlihat dari beberapa acara di Cafe Baresta yang mulai ditiadakan salah satunya adalah kegiatan *live music* sejak Oktober 2023.

Live music berdampak cukup besar terhadap jumlah kunjungan di Cafe Baresta, jika terdapat live music pada event tertentu pengunjung mencapai $\pm$ 500-700 pengunjung perbulan, sedangkan, jika tidak adanya live music rata rata pengunjung hanya mencapai $\pm$ 400 – 500 pengunjung perbulan. Pada awal berdirinya Cafe Baresta rutin mengadakan *live music* dua minggu sekali pada hari Rabu dan Sabtu malam, saat ini kegiatan *live music* tersebut ditiadakan karena berkurangnya jumlah pengunjung.

Data penurunan pelanggan pada Cafe Baresta Bojonegoro disajikan dalam tabel berikut, data ini merupakan rata-rata pelanggan jika tidak ada *live music*. Berikut data rata-rata jumlah pelanggan Cafe Baresta dari tahun 2023.

Tabel 2
Data Rata-Rata Pelanggan Cafe Baresta

Tahun	Jumlah Pelanggan/Bulan
2023	$\pm$ 700/bulan
2024	$\pm$ 600/bulan
s/d April 2025	$\pm$ 400/bulan

Sumber: Cafe Baresta Bojonegoro

Berdasarkan data di atas menunjukkan tingkat penurunan pelanggan pada Cafe Baresta Bojonegoro dari tahun 2023 sampai 2025, berdasarkan data

pada tabel 2 menunjukkan bahwa tahun 2023 jumlah pelanggan di Cafe Baresta mencapai ± 700 pelanggan per bulannya jika tidak ada *event live music* mulai Oktober 2023, jika di tambah dengan *event live music* bisa lebih 800 pelanggan perbulan. Sedangkan pada tahun 2024 mulai terdapat penurunan jumlah pelanggan Cafe Baresta yakni kurang lebih 600 pengunjung perbulannya, dan di tahun 2025 terjadi penurunan kembali pada jumlah pelanggan Cafe Baresta yakni jumlah pelanggan kurang lebih 400 per bulannya jika tidak ada *live music*.

Dalam beberapa penelitian menunjukkan harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Utomo et al., 2024) menunjukkan hasil yang positif signifikan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2022) menunjukkan hasil bahwa adalah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Cititel Sisingamangaraja Pekanbaru. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Cititel Sisingamangaraja Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan di Cafe Baresta di Bojonegoro dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Baresta di Bojonegoro”**

B. Identifikasi Dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas maka peneliti ingin mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Banyak bermunculan cafe baru di Bojonegoro hal ini menjadi ancaman bagi keberlangsungan Cafe Baresta Bojonegoro
- b. Terdapat penurunan pengunjung pada Baresta Cafe Baresta Bojonegoro seperti yang tercantum pada tabel 2, hal ini dikarenakan banyaknya persaingan cafe di Bojonegoro dan ditiadakannya live music di Cafe Baresta Bojonegoro.

2. Cakupan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini, maka cakupan masalah dari penelitian ini hanya difokuskan pada harga dan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Baresta Bojonegoro?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Baresta Bojonegoro?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Baresta Bojonegor
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Baresta Bojonegoro

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu dibidang manajemen terutama pada manajemen pemasaran, dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Cafe Baresta, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan Cafe Baresta dalam mengambil keputusan terkait dengan harga dan kualitas pelayanan untuk kesuksesan tempat usahanya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman peneeliti dalam bidang kepenulisan dan manajemen melalui penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori Dan Deskripsi Teori

1. Harga

a. Definisi Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2020) dalam (Ummah, 2019) harga diartikan sebagai jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Wijaya (2023) dalam (Rohman et al., 2023) harga adalah nilai barang dan jasa yang dinyatakan dalam jumlah uang tertentu. Semakin tinggi nilai sebuah barang atau jasa maka jumlah uang yang dibebankan akan semakin tinggi.

(Faisal et al., 2023) harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai produk barang dan jasa. Harga menjadi ukuran nilai tukar dalam nominal uang dari produk maupun layanan suatu usaha. (Suriadi et al., 2024) Harga merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga, seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pengembangan pasar.

Harga dipersepsikan oleh produsen sebagai nilai suatu barang yang dapat membantu mereka mencapai tujuan organisasi, menghasilkan keuntungan, mengungguli pesaing, dan sebagainya. Harga berperan dalam

operasional perusahaan yang mampu untuk mewujudkan berbagai tujuan perusahaan diantaranya mencapai laba dan keunggulan dengan pesaing.

Menurut (Pujiwati et al., 2023) harga juga menjadi salah satu pertimbangan dalam konsumen untuk membeli suatu produk. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga harus dipikirkan matang-matang dalam menentukan harga. Sedangkan, (Suriadi et al., 2024) harga menjadi satu faktor persaingan untuk menjualkan produk dengan harga bersaing dan sebagai alat tukar di dalam transaksi. Harga dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan transaksi atau tidak.

Berdasarkan definisi diatas maka harga dapat diartikan sebagai jumlah uang dalam bentuk nominal tertentu yang di gunakan sebagai alat tukar bagi konsumen atas manfaat suatu produk baik barang atau jasa yang telah digunakannya.

b. Tahap-Tahap Penentuan Harga

Menurut Kotler dalam (Rozi & Khuzaini, 2021) mengemukakan terdapat enam tahapan dalam menyusun kebijakan penentuan harga, sebagai berikut:

1. Perusahaan memilih tujuan penetapan harga
2. Perusahaan memperkirakan kurva permintaan, probabilitas kuantitas yang akan terjual pada tiap kemungkinan biaya.
3. Perusahaan memperkirakan biaya variasi pada berbagai level produksi
4. Perusahaan menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing

5. Perusahaan menyeleksi metode penetapan harga

6. perusahaan memilih harga terakhir.

c. Indikator Harga

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2024) dalam (Rozi & Khuzaini, 2021) terdapat empat indikator harga adalah:

1. Keterjangkauan harga

Aspek ini adalah penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Aspek kesesuaian harga dengan kualitas produk diartikan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen ketika melakukan pembelian.

3. Daya Saing harga

Aspek daya saing harga diartikan bahwa penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan atau penjual berbeda dan bersaing dengan harga yang diberikan kompetitor atau penjual lainnya pada jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Aspek ini dimaksudkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan ataupun penjual sesuai dengan manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen dari produk atau jasa yang dibeli.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Purnomo (2024) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Pane (2024) Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan atas pelayanan yang diterimanya agar perusahaan dapat bertahan.

Azmy (2024) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan dan preferensi pelanggan serta ketepatan penyampaian sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini kualitas pelayanan merupakan hal yang kompleks mulai dari memenuhi persepsi atau harapan pelanggan, sampai pada janji yakni ketepatan waktu pemesanan termasuk bagian dari kualitas pelayanan.

Menurut Mahira (2021) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan produk atau jasa yang mempunyai manfaat dan ketepatan penyampaian sesuai janji.

b. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Fitzmmons dalam Yulianti (2020), menyebutkan empat karakteristik pelayanan yaitu:

1. Kejadian pada waktu yang sama (simultaneity), dalam hal ini pelayanan dibuat untuk digunakan secara bersamaan, pelayanan tidak dapat disimpan.
2. Pelayanan langsung digunakan dan habis (service perishability), yang dimaksudkan dalam hal ini adalah bahwa komoditas yang cepat habis. Misalnya bangu cafe atau rumah makan yang cepat habis, ruangan di rumahsakit ataupun hotel yang cepat habis. Pada kasus tersebut masing-masing kehilangan peluang pelanggan.
3. Tidak berwujud (intangibility), yakni bahwa pelayanan merupakan hasil pemikiran taau ide. Hal ini mengharuskan untuk mempertahankan pelayanan dari konsep dan pelaksanaan harus mendahului pesaing
4. Beragam (heterogeneity), bahwa pelayanan tidak hanya bersifat fisik berupa fasilitas dan kebersihan ataupun penyampaian dan pelayanan terhadap konsumen melain kan keduanya.

STIE CENDEKIA

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun menurut Tjiptono (2020) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah di janjikan kepada pelanggan secara tepat waktu.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap dalam hal ini diartikan sebagai kesediaan untuk membantu pelanggan dalam menyediakan kebutuhan dan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk melakukan pelayanan secara cepat dan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan atau assurance adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan atau konsumen dalam mengkonsumsi produk yang di ditawarkan.

4. Empati (*Emphaty*)

Empati diartikan sebagai kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada pelanggan atau konsumen secara individu termasuk kepekaan akan kebutuhan pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tagible*)

Tagible diartikan upaya yang dilakukan perusahaan untuk menunjukkan bahwa mereka dapat memberikan pelayanan terbaik melalui sesuatu yang bisa terlihat secara fisik seperti peralatan yang digunakan, fasilitas, maupun meterial yang ada.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Pelanggan

Menurut Musanto dalam Wijaya (2020) pelanggan atau customer berbeda dengan konsumen, dikatakan pelanggan apabila orang tersebut membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dilihat dari pembelian secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu. Jika dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian maka tidak di sebut sebagai pelanggan melainkan konsumen.

Haryono Budi (2022) mendefinisikan pelanggan sebagai organisasi atau individu yang sudah efektif melakukan pembelian. Selaras dengan hal ini Mabrur (2022) mengungkapkan bahwa pelanggan merupakan konsumen yang melakukan pembelian secara berkala terhadap suatu produk barang ataupun jasa.

Berdasarkan definisi diatas maka pelanggan adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian terhadap suatu produk barang atau jasa secara berulang-ulang dalam kurun waktu tertentu.

b. Definisi Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dalam Mahira (2021) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan sebagai respon dari seorang pelanggan. Selaras dengan definisi tersebut, Kahairawati (2023) menyebutkan kepuasan pelanggan adalah dukungan pelanggan berupa kesan positif terhadap produk atau jasa yang dianjurkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Menurut Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, dalam (Veronika, 2022) Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas kepuasan pelanggan adalah perasaan ukuran baik atau tidaknya yang dirasakan oleh pelanggan terhadap tingkat pelayanan perusahaan atau pemilik usaha dengan yang diharapkan atau ekspektasi pelanggan.

STIE CENDEKIA

c. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Lupiyoadi dalam Yulianti (2021) beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, yakni perasaan puas pada konsumen apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka beli berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, merupakan perasaan puas apabila mereka mendapatkan pelayanan sesuai yang diharapkan
3. Emosional, yakni dimana pelanggan atau konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bila menggunakan merek atau produk tertentu
4. Harga, yakni produk yang mempunyai kualitas sama tetapi memiliki harga yang relatif lebih murah
5. Biaya, dimana konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk atau jasa dan cenderung merasa puas.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono menyebutkan bahwa beberapa indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan ini diartikan sebagai tingkat kesesuaian antara produk, fasilitas dan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan atau didapatkan oleh pelanggan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali adalah kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian atau kunjungan ulang terhadap produk yang sama karena nilai atau manfaat produk ataupun fasilitas yang disediakan memadai.

3. Kesediaan Merekomendasikan

Aspek ini merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang sudah di rasakan atau tempat yang telah di kunjungi kepada teman ataupun keluarga karena mendapatkan pengalaman yang baik saat melakukan pembelian atau kunjungan baik dari segi pelayanan, fasilitas dan nilai atau manfaat.

B. Kajian Empiris

Kajian empiris diperlukan sebagai dasar kelayakan objek yang akan dikaji, pembandingan dan pengembangan variabel serta persamaan atau perbedaan hasil temuan penelitian. Pada tabel 3 dibawah ini ditunjukkan beberapa kajian empiris yang memiliki relevansi dengan topik, objek, dan variabel penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3
Kajian Empiris

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
1.	Siti Solikha dan Imam	Pengaruh Harga Dan Kualitas	Metode kuantitatif, 73 responden	Variabel kualitas produk, kualitas layanan	Kajian empiris ini menggunakan

	Suprpta (2020)	Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Go-Jek)	dengan penentuan hasil sampel ini menggunakan rumus Lemeshow, alat analisis SPSS versi 17	memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	rumus Lemeshow dalam penentuan sampel, sedangkan penelitian ini menggunakan rumus Hair.
2.	Winda Konita Lutfia dan Nidia Wulansari (2024)	Pengaruh Service Quality dan Price Terhadap Customer Satisfaction Pada Satiga Coffee & Resto Kota Padang	Metode kuantitatif dengan sampel 330 pelanggan melalui teknik purposive sampling, pengumpulan data menggunakan skala likert dan alat analisis data menggunakan SPSS 26.	Hasil penelitian ini menunjukkan Service Quality (X1) dan Price (X2) berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction (Y)	Kajian empiris ini menggunakan purposive sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan insidental sampling
3.	Ayu Putra Setiawan dan Agus Frianto (2021)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan	Hasil penelitian menunjukkan Harga, Kualitas layanan berpengaruh	Kajian empiris ini menggunakan sektor jasa pada obyek

		Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)	sampel penelitian sebanyak 30 pelanggan, Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.	signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	penelitiannya, sedangkan, penelitian ini pada cafe sektor makanan dan minuman
4.	Muhammad Riadi, Jeni Kamase, Mapparenta (2021)	Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin)	Metode kuantitatif dengan sampel 52 responden, menggunakan sampel insidental dan analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS	Hasil pada studi ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan promosi dan kualitas layanan tidak berpengaruh positif.	Kajian empiris ini terdapat variabel promosi, sampel yang digunakan menggunakan sampel acak, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental
5.	Ade Ariyana, Achmad	Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Harga dan lokasi yang terlalu tinggi atau rendah dapat memengaruhi	Kajian empiris ini menggunakan metode

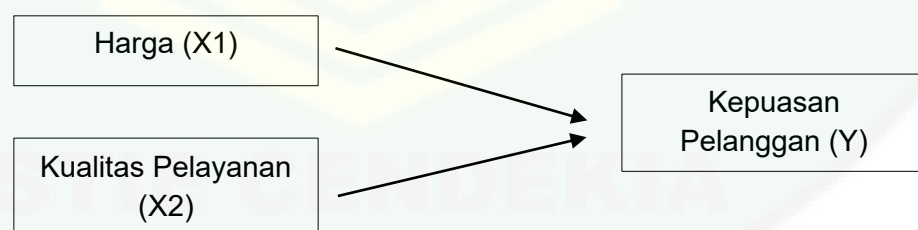
	Fauzi (2023)	Terhadap Kepuasan Konsumen	<i>literature review</i> dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari studi literatur terkait topik yang berkaitan dengan variabel	persepsi konsumen tentang kualitas produk dan akhirnya mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.	kualitatif literature review, sedangkan peneliti akan melakukan penelitian dengan metode kuantitatif
6.	Fauzi Bagas Saputra, Maria Assumpta Wikantari (2024)	Pengaruh Service Quality, Price, dan Perceived Ease of Use terhadap Customer Satisfaction Pengguna Transportasi Online Maxim	Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel penelitian pengguna transportasi online Maxim sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling.	Service quality berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction, price berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction, perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction	Kajian empiris ini menggunakan alat analisis data PLS SEM, sedangkan peneliti akan menggunakan SPSS sebagai alat untuk menganalisis data.

			Analisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM		
--	--	--	--	--	--

C. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono dalam Amunawati (2021) Kerangka berpikir penelitian adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dibuat bertujuan untuk memudahkan peneliti dan pembaca untuk memahami bagaimana logika suatu penelitian dilakukan sehingga dapat diketahui gambaran tentang hasil temuan penelitian tersebut.

Harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan. Harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, jika pelanggan merasa puas maka akan melakukan pembelian berulang atau berkunjung kembali.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini merupakan landasan konseptual yang menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Kerangka berpikir ini disusun berdasarkan teori dan temuan-temuan penelitian sebelumnya yang relevan. Dunia usaha, khususnya di bidang jasa seperti café, kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut. Kepuasan pelanggan dapat terbentuk apabila persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima melebihi harapan mereka. Dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga dan kualitas pelayanan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Sedangkan, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan sebelum menerima pelayanan dan persepsi atas pelayanan yang diterima. Jika pelayanan sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika Cafe Baresta mampu menetapkan harga yang sesuai dan memberikan pelayanan yang berkualitas, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau awal dari rumusan masalah penelitian, untuk membuktikan kebenarannya maka diperlukan uji hipotesis. Menurut Sugiyono dalam Amunawati (2021) hipotesis penelitian diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Terdapat beberapa hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro

STIE CENDEKIA

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian berdasarkan pada sifat positifisme. Penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan. Menurut (Creswell, 2014) penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel diukur sehingga data yang terdiri angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Pada penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y).

2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:12) dalam (Pasaribu, 2022), jenis penelitian digolongkan menjadi beberapa golongan yakni deskriptif, komparatif dan asosiatif. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Penelitian ini menganalisis pengaruh dari variabel independen yakni harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016) dalam (Pasaribu, 2022). Data primer diperoleh dari lapangan secara langsung. Dalam penelitian ini data primer adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yakni pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro.

Menurut Sugiyono (2016) dalam (Pasaribu, 2022), data sekunder adalah data yang tidak didapat secara langsung oleh pengumpul data dan telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya. Data sekunder tersebut dapat berupa buku, jurnal, dan penelitian terdahulu. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data

yang diperoleh dari pihak ketiga yang berbentuk informasi dan dokumentasi yang diperoleh dari internet, penelitian-penelitian sebelumnya hingga sumber data dari Badan Pusat Statistik.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) dalam (Pasaribu, 2022) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut (Sekaran and Bougie, 2013) populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, orang, kejadian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro jumlahnya tidak dapat di ketahui pasti (infinite).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2014). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro. Karena jumlah sampel dalam penelitian ini belum diketahui maka, perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair.

Rumus Hair menurut (Fatma et al., 2021) digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minmun 5-10 dikali variabel indikator. Dalam penelitian ini jumlah indikator sebanyak 12 indikator. Kemudian, dari 12 indikator tersebut dikali

5 ($12 \times 5 = 60$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 60 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Menurut Sugiyono (2014) Sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Baresta Bojonegoro.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat ukur pasti yang dapat mengetahui subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berbentuk daftar pernyataan yang dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui *googleform*.

Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2014) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, opini

dan persepsi dari seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pada penelitian ini skala likert lima poin terdiri dari:

Tabel 4
Skor Skala Likert

No	Keterangan	Notasi	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu berkas yang berbentuk data primer seperti gambar, aturan, laporan aktivitas dan data yang relevan pada penelitian. Menurut Sugiyono (2019:314), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu dan disajikan dalam bentuk tulisan, gambar, ataupun karya monumental seseorang. Dokumentasi dalam penelitian ini terkait dengan foto Cafe Baresta Bojonegoro profil dan jumlah penunjang.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel digunakan untuk menentukan dan mengukur variabel dengan merumuskan secara singkat dan jelas sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran. Menurut Sekaran dan Bouige (2017)

Definisi Operasional adalah cara menguraikan suatu ide atau konsep abstrak sehingga menjadi sesuatu yang dapat diukur.

Berikut beberapa definisi operasional dari variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini:

Tabel 5
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Butir Soal
1.	Harga (X1) Kotler dan Amstrong (2024)	Harga mengacu pada jumlah uang dalam bentuk nominal tertentu yang di gunakan sebagai alat tukar bagi konsumen atas manfaat suatu produk baik barang atau jasa yang telah digunakannya	1. Keterjangkauan harga	1 - 2
			2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3 - 4
			3. Daya saing harga	5 - 6
			4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk (Kotler dan Amstrong, 2024)	7 - 8
2.	Kualitas Pelayanan (X2) Tjiptono (2020)	Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan produk atau jasa yang mempunyai manfaat dan ketepatan	1. Keandalan	9 - 10
			2. Daya Tangggap	11 - 13
			3. Jaminan	14 - 15
			4. Empati	16 - 18
			5. Bukti Fisik (Tjiptono, 2020)	19 - 21

		penyampaian sesuai janji.		
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Tjiptono dalam Mahira (2021) Kepuasan pelanggan	1. Kesesuaian harapan	22 – 23
	Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2021)	adaah perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang di terima dengan yang diharapkan.	2. Minat berkunjung kembali	24 – 26
			3. Kesiediaan Merekomendasikan (Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono, 2021)	27 - 29

F. Metode dan Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu langkah yang digunakan untuk menganalisis data dalam menguji hipotesis penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan teknik analisis data kuantitatif, yakni analisis data yang digunakan melalui pengukuran berupa angka atau metode statistik. Menurut Sugiono (2013), metode deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah IBM SPSS versi 25, dengan tahapan analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu pertanyaan dalam mencirikan suatu variabel atau kuesioner. Menurut Ghazali (2016) untuk mengetahui valid tidaknya suatu instrument penelitian, adalah dengan cara melihat nilai signifikansi dengan kriteria, jika signifikansi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka, instrumen dinyatakan “valid”, dan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (5%) maka, instrumen dinyatakan “tidak valid”. Selain itu uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata h dengan l .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan atau error-free) karena hal itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument (Sekaran & Bougie, 2021). Berdasarkan definisi tersebut maka, reliabilitas adalah ukuran yang menunjukan sejauhmana alat ukur dapat diandalkan. Menurut Ghazali (2016), instrument dikatakan reliable apabila koefisien alpha lebih tinggi dari 0,60 pada signifikansi 0,05. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha cronbach.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160-161) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal, data yang baik adalah data yang terdistribusi normal atau nilai signifikansi $> 0,05$. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov yaitu:

1. Apabila signifikansi (Sig) $< 0,05$ artinya sampel tidak berdistribusi normal
2. Apabila signifikansi (Sig) $> 0,05$ artinya sampel berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonearitas

Uji Multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2011:105-106). Aturan pengambilan keputusan dalam uji multikolonearitas yaitu apabila tolerance $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolonearitas atau apabila nilai VIF $< 10,00$ tidak terjadi multikolonearitas. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi multikolonearitas artinya, jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF $< 10,00$. Dalam penelitian ini uji multikolonearitas menggunakan alat bantu program SPSS versi 25.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011:139). Aturan pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut bisa dinyatakan data baik.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018:307) Regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Regresi linier berganda merupakan teknik analisis untuk memperkirakan nilai dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen. Peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang sedang diteliti. Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e.....1$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien regresi

a = Konstanta

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

b. Uji t

Menurut Ghazali (2013:178) uji parsial atau biasa dikenal dengan uji t (t-test) merupakan pengujian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti menggunakan uji t untuk menilai dampak dari masing-masing variabel bebas dan variabel terikat secara independent. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variable independent.

H_1 : $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variable Independen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013:97) koefisien determinasi juga mengindikasikan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Determinasi (R^2) mengukur seberapa model

dapat memperhitungkan varian dalam variabel dependen, koefisien determinasi nilainya berkisar dari 0 sampai 1. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK_r}{JK_t}$$

Keterangan:

r^2 = Koefisien determinan

JK_r = Jumlah Kuadrat residual

JK_t = Jumlah Kuadrat total.

STIE CENDEKIA

DAFTAR PUSTAKA

- Anindhita, Y., Puji, A., & Adesita, N. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Berkembangnya Perusahaan Startup: Studi Kasus Perusahaan Makanan dan Minuman di Indonesia. *Jurnal Optimalisasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.35308/jopt.v8i2.5697>
- Cecep Saepul Rohman, C. S. R., Arie Hendra Saputro, A. H. S., & Dadan Abdul Aziz Mubarak, D. A. A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Honda New Adv 160 Series Di Dealer Wijaya Abadi Kopo Sayati Di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1516–1527. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1372>
- Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 394.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Dai, K. E. P., Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. *Productivity*, 3(2), 102–106.
- Denni Mochamad Faisal, Rita Tri Yusnita, & Mila Karmila. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chante Tasikmalaya Store Consumers). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 2(1), 45–54. <https://doi.org/10.37676/jmea.v2i1.65>
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Foster, I. B. (2016). The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction in Mutiara Hotel Bandung. *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2, 1–12. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16008>
- Hidayat, R., Piliang, A., Safrizal, S., & Sugianto, S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Cititel Sisingamangaraja Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 131–136. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.523>

- M.Cristo., D.P.E.Saerang., F. G. W. (2017). The Influence Of Price, Service Quality, And Physical Environment On Customer Satisfaction. Case Study Markobar Cafe Mando. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 678–686.
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Joane. V, M. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360.
- Muhammad Luthfi Rizky, & Hijriyantomi Suyuthie. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 259–269. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2359>
- Onibala, J., & Raintung, S. M. M. C. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Gojek Dan Grab Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Daan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, 8(3), 41–50.
- Pasaribu, B. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Kualitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 1(4), 248–252.
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Oasis Bubble Milktea and Dessert Di Kota Magelang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 729–737. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach 6th Edition*.
- Septadinusastra, V. A. (2022). Work from Cafe Sebagai Budaya Baru Pasca Pandemi Covid-19 (Sebuah kajian Media dan Budaya Populer). *PRoListik: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 21–28.

- Sugianto Jimmy dan Sugiono Sugiharto, S. E. . M. M. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Danprice Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Danprice Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*, 1(2), 1–10.
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Ummah, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Utomo, F. H., Rizkiawan, I. K., Khasanah, A. U., & Nuralamsyah, D. (2024). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Po Rosalia Indah. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 288–300. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1063>
- Winda Konita Lutfia, & Nidia Wulansari. (2024). Pengaruh Service Quality dan Price Terhadap Customer Satisfaction Pada Satiga Coffee & Resto Kota Padang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 147–165. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1411>

STIE CENDEKIA

LAMPIRAN**Lampiran 1. Lembar Kuesioner****DAFTAR PERNYATAAN**

Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe

Baresta di Bojonegoro

A. Data Responden

Berikan jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X)

1. Nama:

2. Usia:

- a. < 17 Tahun
- b. 17 – 25 Tahun
- c. 26 – 35 Tahun
- d. 36 – 45 Tahun
- e. > 45 Tahun

3. Jenis Kelamin:

- a. Perempuan
- b. Laki-laki

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian terhadap masing-masing pernyataan di bawah ini sesuai dengan pendapat Anda, dengan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S)	=	Skor	4
Netral (N)	=	Skor	3
Tidak Setuju (TS)	=	Skor	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=	Skor	1

Harga (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1.	Harga makanan dan minuman di Cafe Baresta tidak terlalu mahal					
2.	Harga makanan dan minuman di Cafe Baresta sesuai dengan kemampuan beli konsumen dengan UMR Bojonegoro					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3.	Harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Cafe Baresta sesuai dengan kualitas rasanya					
4.	Harga Cafe Baresta sesuai dengan kualitas, baik makanan maupun penyajian					
Daya saing harga						
5.	Cafe Baresta memiliki harga yang tidak jauh berbeda dengan cafe yang menjual produk dengan varian yang sama					
6.	Harga Cafe Baresta tidak jauh berbeda dibandingkan dengan restoran lainnya					
Kesesuaian harga dengan manfaat produk						

7.	Harga Café Baresta sesuai dengan manfaat yang diperoleh					
8.	Harga di Cafe Baresta sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang di tawarkan					

Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Keandalan						
9.	Pegawai Cafe Baresta tidak melakukan kesalahan dalam melakukan pelayanan					
10.	Pegawai Cafe Baresta dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah					
Daya Tanggap						
11.	Pegawai Cafe Baresta memberikan informasi yang jelas, dalam penyajian menu makanan					
12.	Pegawai Cafe Baresta selalu siap membantu pelanggan					
13.	Pegawai Cafe Baresta tanggap melayani keluhan pelanggan					
Jaminan						
14.	Cafe Baresta memberikan rasa aman kepada pelanggan saat melakukan pembayaran					
15.	Cafe Baresta memberikan keamanan di lingkungan Cafe					
Empati						
16.	Dalam pelayanan, pegawai tidak lupa mengucapkan terimakasih					

17.	Pegawai selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan					
18.	Pegawai dapat memberikan solusi terbaik bagi pelanggan					
	Bukti Fisik					
19.	Penampilan pegawai Cafe Baresta menarik					
20.	Lokasi Cafe Baresta strategis					
21.	Cafe Baresta mempunyai fasilitas antrian nyaman, bersih dan tenang					

Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kesesuaian harapan					
22.	Produk makanan dan minuman di Cafe Baresta sesuai dengan yang saya harapkan					
23.	Suasana dan kecepatan wifi yang ada di Cafe Baresta sesuai dengan yang saya harapkan					
	Minat berkunjung kembali					
24.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang memuaskan					
25.	Berminat untuk berkunjung kembali karena mendapatkan manfaat dari tempat dan produknya					
26.	Berniat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang ada memadai					

	Kesediaan Merekomendasikan				
27.	Saya akan merekomendasikan Cafe Baresta kepada teman karena layanan yang memuaskan				
28.	Saya akan merekomendasikan kepada teman karena pengalaman mengopi di Cafe Baresta menyenangkan				
29.	Saya akan merekomendasikan Café Baresta kepada teman karena fasilitas yang memadai				

STIE CENDEKIA

Lampiran 2. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,887	0,250	Valid
	X1.2	0,912	0,250	Valid
	X1.3	0,940	0,250	Valid
	X1.4	0,913	0,250	Valid
	X1.5	0,886	0,250	Valid
	X1.6	0,854	0,250	Valid
	X1.7	0,910	0,250	Valid
	X1.8	0,41	0,250	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,861	0,250	Valid
	X2.2	0,857	0,250	Valid
	X2.3	0,921	0,250	Valid
	X2.4	0,912	0,250	Valid
	X2.5	0,873	0,250	Valid
	X2.6	0,884	0,250	Valid
	X2.7	0,907	0,250	Valid
	X2.8	0,833	0,250	Valid
	X2.9	0,865	0,250	Valid
	X2.10	0,924	0,250	Valid
	X2.11	0,881	0,250	Valid
	X2.12	0,797	0,250	Valid
	X2.13	0,880	0,250	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,845	0,250	Valid
	Y.2	0,877	0,250	Valid
	Y.3	0,904	0,250	Valid
	Y.4	0,952	0,250	Valid
	Y.5	0,957	0,250	Valid

	Y.6	0,956	0,250	Valid
	Y.7	0,955	0,250	Valid
	Y.8	0,942	0,250	Valid

2. Uji Reliabilits

Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,964	8

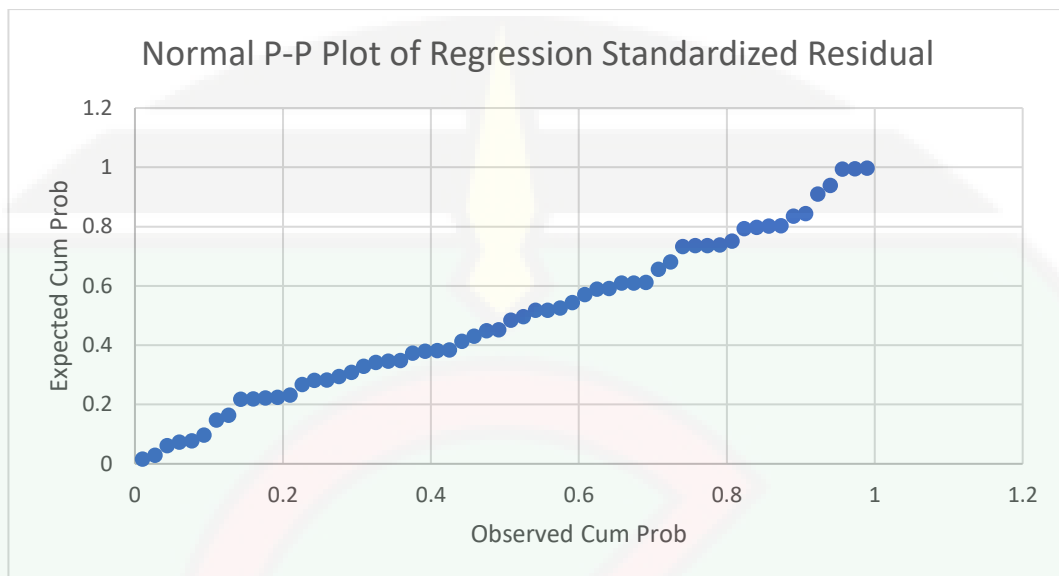
Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,974	13

Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,975	8

3. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,46074522
Most Extreme Differences	Absolute	0,087
	Positive	0,087
	Negative	-0,081
Test Statistic		0,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,168	1,632		0,716	0,477		
	Harga	0,299	0,085	0,326	3,509	0,001	0,253	3,955
	Kualitas Pelayanan	0,416	0,060	0,640	6,887	0,000	0,253	3,955
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

5. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,932	4,680		4,686	,000
	Harga	-0,234	0,086	-0,311	-2,722	0,106
	Kualitas Pelayanan	-0,188	0,052	-0,410	-3,589	0,091
a. Dependent Variable: Abs_Res						

STIE CENDEKIA

6. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,168	1,632		0,716	0,477
	Harga	0,299	0,085	0,326	3,509	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,416	0,060	0,640	6,887	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

7. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 ^a	0,876	0,871	2,50354
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				

8. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,168	1,632		0,716	0,477
	Harga	0,299	0,085	0,326	3,509	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,416	0,060	0,640	6,887	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						





BARESTA EVENT HALL & CAFE GEDUNG SERBA GUNA DAN CAFE BARESTA

Jl. Monginsidi No. 144, Bangilan, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62181
wa : 085784885498 - 083119232632

Lampiran : -
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Bersama surat ini kami atas nama Baresta event hall dan cafe menerangkan bahwa :

Nama : Guruh Harya Pratama
Kampus : STIE Cendekia Bojonegoro
Nim : 21010212
Program Studi : Manajemen

Telah menjalankan **Penelitian** dari tanggal 15 Juni s/d 20 Juli 2025 di Baresta event hall dan cafe dengan judul penelitian "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Baresta di Bojonegoro".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 20 Agustus 2025

Mengetahui

Green Garden

Linda Puspita Sari

Manajer Baresta Event hall & Cafe

STIE CENDEKIA

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : GURUH HARYN PRATAMA
 NIM : 21010212
 Tahun Angkatan : 2021
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : 8
 Judul Skripsi : Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cafe barista di Bojonegoro
 Dosen Pembimbing : 1. Dr. Aji Kuntardina, ST., SE., MM
 2. Latifah Anom, SE., MM

REKOMENDASI						
No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.		Pengajuan judul	<i>[Signature]</i>	21/4/25	Latar belakang, identifikasi	<i>[Signature]</i>
2.		Bab 1-3	<i>[Signature]</i>	5/5/25	Latar belakang	<i>[Signature]</i>
3.		Acc ujian Sempuro	<i>[Signature]</i>	15/5/25	Teori + Kemptik, kuantitatif	<i>[Signature]</i>
4.		Bab 4-5	<i>[Signature]</i>	19/5/25	Met pen	<i>[Signature]</i>
5.		Acc ujian	<i>[Signature]</i>	22/5/25	Acc seminar	<i>[Signature]</i>
6.				1/7/25	Hasil pen. & pembahasan	<i>[Signature]</i>
7.				3/7/25	Hasil penelitian	<i>[Signature]</i>
8.				8/7/25	Pembahasan	<i>[Signature]</i>
9.				10/7/25	AB stroke	<i>[Signature]</i>
10.				12/08/25	Acc ujian skripsi	<i>[Signature]</i>
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro, Agustus 2025
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen

[Signature]
 Latifah Anom, SE., MM
 NUPK. 4834751652230152