

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BAGI KOPI KALIMALANG JAKARTA**Rindiani Putri¹, Vina Islami², Ulfa Rahma Dhini³**Universitas Bina Sarana Informatika ^{1,2,3}
JakartaEmail: rindiiianiputri@gmail.com, vina.vii@bsi.ac.id, ulfa.ufd@bsi.ac.id**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bagi Kopi Kalimalang, dengan sampel sebanyak 165 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan IBM SPSS Statistics 27. Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 0,380 + 0,468X_1 + 0,286X_2$. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $10,780 > t$ tabel $1,975$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $4,751 > t$ tabel $1,975$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $76,557 > F$ tabel $3,05$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,486$ menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga mampu menjelaskan $48,6\%$ variasi kepuasan konsumen, sedangkan $51,4\%$ dipengaruhi faktor lain. Kualitas layanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Metode Kuantitatif

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and price on customer satisfaction at Bagi Kopi Kalimalang, both partially and simultaneously. A quantitative method was employed in this research. The population consisted of customers of Bagi Kopi Kalimalang, with a sample of 165 respondents selected using purposive sampling. Data was collected through online questionnaires using a Likert scale. The data was analyzed using

Article history

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) using IBM SPSS Statistics 27. The results showed that the multiple linear regression equation $Y = 0.380 + 0.468X_1 + 0.286X_2$. The t-test results indicated that service quality had a positive and significant effect, with a calculated t-value of 10,780 and price also had a positive and significant effect on customer satisfaction, with a calculated t-value of 4,751 which was greater than the critical t-value of 1.975. Furthermore, the F-test showed that service quality and price simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a calculated F-value of 76.557, greater than the critical F-value of 3.05. The coefficient of determination (R^2) was 0.486, indicating that service quality and price explained 48.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 51.4% was influenced by other factors. Service quality had the most dominant influence on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Price, Service Quality, Quantitative Method.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia, khususnya sektor *coffee shop*, menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. *Coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga menjadi ruang sosial untuk berkumpul, bekerja, dan belajar. Berdasarkan data POIData (2026), Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah kedai kopi terbanyak di dunia, yaitu sebanyak 462.173 gerai, dengan 34.704 di antaranya berada di DKI Jakarta. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat sehingga pelaku usaha perlu menciptakan keunggulan kompetitif untuk mempertahankan pelanggan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif, serta memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen agar mampu mempertahankan daya saing usaha dalam jangka panjang.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga merupakan faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Dewi et al. (2021) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Putri dan Lisna Permata (2024) menemukan hasil yang berbeda. Pada variabel harga, Sigar et al. (2021) menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara Azizah &

Rahma (2025) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

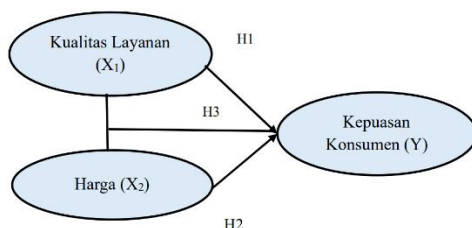
Kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagaimana dikutip dalam Akhriana et al. (2024) menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan.

Harga merupakan nilai yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Menurut Rahardjo (2022) yang mengutip pendapat Kotler dan Armstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau layanan, sekaligus mencerminkan nilai yang diterima oleh konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut, harga mencerminkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan nilai yang diterima konsumen.

Kepuasan konsumen berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Ramadani & Riofita (2024) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan pelanggan. Berdasarkan pendapat tersebut, kepuasan konsumen ditentukan oleh kesesuaian antara harapan sebelum pembelian dengan pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang Jakarta. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini disajikan pada Gambar berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Data peneliti, 2026

H₀1: Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi

Kalimalang.

H_{a1} : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang.

H₀₂ : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang.

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang.

H₀₃ : Kualitas layanan dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang.

H_{a3}: Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang Jakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Bagi Kopi Kalimalang. Kuesioner disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju) (Sugiyono, 2023).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bagi Kopi Kalimalang. Sampel penelitian berjumlah 165 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel independen terdiri atas kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Kualitas layanan diukur menggunakan dimensi *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Variabel harga diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sementara itu, variabel kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Ghozali, 2021). Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

konsumen. Seluruh data kemudian diolah menggunakan SPSS versi 27. Analisis yang dilakukan meliputi karakteristik responden, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Karakteristik Responden

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
Perempuan	97	58,62
Laki-laki	68	41,38
Total	165	100,00

Sumber: Data Peneliti, 2026

Tabel 2. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
17-25	106	64,37
26-35	35	21,26
<17	19	11,49
>35	5	2,88
Total	165	100,00

Sumber: Data Peneliti, 2026

Tabel 3. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	97	58,62
Karyawan Swasta	47	28,74

Wiraswasta	10	6,32
Pegawai Negeri	9	5,17
Ibu Rumah Tangga	1	0,57
Lainnya	1	0,58
Total	165	100,00

Sumber: Data Peneliti, 2026

Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian (Ghozali, 2021). Pengujian menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan IBM SPSS Statistics Version 27. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel (0,1488).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0,644	0,153	Valid
X1.2	0,671	0,153	Valid
X1.3	0,692	0,153	Valid
X1.4	0,574	0,153	Valid
X1.5	0,572	0,153	Valid
X1.6	0,571	0,153	Valid
X1.7	0,599	0,153	Valid
X1.8	0,629	0,153	Valid
X1.9	0,610	0,153	Valid
X1.10	0,637	0,153	Valid
X1.11	0,576	0,153	Valid
X1.12	0,632	0,153	Valid

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X_2

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,742	0,153	Valid
X2.2	0,641	0,153	Valid
X2.3	0,721	0,153	Valid

X2.4	0,613	0,153	Valid
X2.5	0,673	0,153	Valid
X2.6	0,611	0,153	Valid
X2.7	0,661	0,153	Valid
X2.8	0,689	0,153	Valid

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel	Keterangan
Y1	0,727	0,153	Valid
Y2	0,727	0,153	Valid
Y3	0,665	0,153	Valid
Y4	0,672	0,153	Valid
Y5	0,749	0,153	Valid
Y6	0,693	0,153	Valid
Y7	0,728	0,153	Valid
Y8	0,707	0,153	Valid

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS 27. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,600.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,852	Reliabel
Harga (X_2)	0,824	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,858	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan menggunakan *uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov* melalui SPSS 27. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$.

Gambar 1. Hasil Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			165
Normal Parameters ^{a, b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.04261349
Most Extreme Differences	Absolute		.046
	Positive		.022
	Negative		-.046
Test Statistic			.046
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.521
	99% Confidence Interval		
	Lower Bound		.508
	Upper Bound		.534

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 7000000

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Layanan	0,986	1,014	Terbebas dari Multikolinearitas
Harga	0,986	1,014	Terbebas dari Multikolinearitas

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

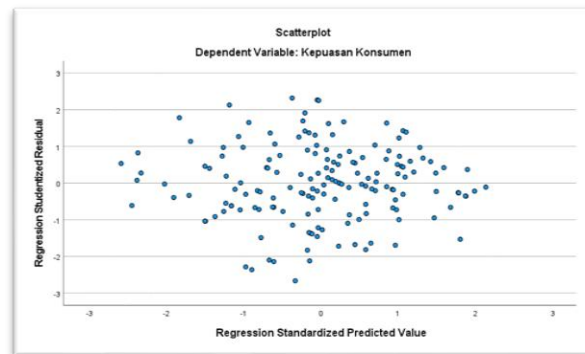
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,986 dan nilai *VIF* sebesar 1,014. Variabel Harga (X_2) juga memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,986 dan nilai *VIF* sebesar 1,014.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian

ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot*.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan Gambar di atas, titik-titik menyebar secara acak di bawah dan di atas sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Pengujian ini dilakukan setelah model regresi memenuhi asumsi klasik.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.380	2.521		.151	.880
	Kualitas Layanan	.468	.043	.612	10.780	<.001
	Harga	.286	.060	.270	4.751	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,380 + 0,468X_1 + 0,286X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki koefisien regresi positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien kualitas layanan sebesar 0,468 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,468 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien

harga sebesar 0,286 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kesesuaian harga akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,286 satuan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan tingkat signifikansi 0,05.

Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	.380		.151	.880
	Kualitas Layanan	.468	.612	10.780	<.001
	Harga	.286	.270	4.751	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel Kualitas Layanan memperoleh nilai t hitung sebesar 10,780, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, variabel Harga memperoleh nilai t hitung sebesar 4,751, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, variabel Kualitas Layanan memiliki nilai beta sebesar 0,612, lebih tinggi dibandingkan variabel Harga sebesar 0,270, sehingga kualitas layanan merupakan variabel yang memberikan pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Simultan)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis diterima apabila nilai

signifikansi $< 0,05$ atau nilai F hitung $> F$ tabel.

Tabel 11. Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2533.187	2	1266.594	76.557	<.001 ^b
	Residual	2680.207	162	16.544		
	Total	5213.394	164			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan hasil uji F , diperoleh nilai F hitung sebesar 76,557 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,05 dengan nilai signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan secara parsial dan simultan untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi Parsial X_1

Koefisien determinasi secara parsial digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (X_1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.414	.411	4.328

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,414. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 41,4%, sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Uji Koefisien Determinasi Parsial X_2

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dilakukan pengujian koefisien determinasi menggunakan analisis regresi sederhana.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (X_2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 ^a	.117	.112	5.314
a. Predictors: (Constant), Harga				

Sumber: Hasil olahan data primer (2026).

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,117. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 11,7%, sedangkan sisanya sebesar 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas layanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.456	.450	1.450
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan				

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,456 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,450. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 10,780

yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,975 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,751 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,975 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.
3. Kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bagi Kopi Kalimalang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 76,557 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,05 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Saran

1. Bagi Kopi Kalimalang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan serta menjaga kesesuaian harga karena kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variable lain, seperti kualitas produk, *store atmosphere*, lokasi, promosi, dan brand image, mengingat kualitas layanan dan harga dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 45,6%, sehingga masih terdapat 54,4% variasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Akhriana, A., Irmayana, A., Layuk, N. S., Irmawati, I., Matulada, A., & Heluth, S. O. (2024). Analisis kualitas layanan perpustakaan Universitas Dipa Makassar menggunakan metode Servqual. *E-Jurnal JUSITI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi)*, 13(1), 34-49. <https://doi.org/10.36774/jusiti.v13i1.1555>
- Azizah, S. S., & Rahma, S. H. (2025). Pengaruh variasi menu, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di coffee shop. *Menara Ekonomi*, 11(1). <https://doi.org/10.31869/me.v11i1.7224>
- Dewi, P. V. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh store atmosphere, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Langkah Coffee Shop. *EMAS*, 2(2). <https://doi.org/10.30388/10.30388/emas.v6i1>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan

Penerbit

Universitas

Diponegoro.

https://library.uisi.ac.id/index.php?id=4610&keywords=&p=show_detail

Rahardjo, D. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Administrasi Bisnis.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/38952>

Ramadani, N. S., & Riofita, H. (2024). Pentingnya kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(3), 43109-43113.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/23245>

Sigar, J., Winerungan, R., & Wuryaningrat, N. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Exceed Coffee & Resto Tondano. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. <http://ejournal.fekon-unima.ac.id/index.php/JAK/article/view/2431/0>

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.