

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
KOPI TUKU CABANG JAKARTA TIMURNur Mellya Putri¹, Dewi Astuti²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana
Informatika Jl. Kramat Raya No. 98, Senen, Jakarta Pusatnoormellputrr@gmail.com , dewi.dwb@bsi.ac.id

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality and price on consumer satisfaction. The research employed a quantitative method with a survey approach. The population in this study consisted of all consumers of Kopi Tuku East Jakarta Branch. The sampling technique used the quantitative statistical method with a total of 100 respondents. Data were collected through questionnaires. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination analysis using SPSS version 27. The results showed that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a t-value of 16.350 and a significance value of 0.001. Price also has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a t-value of 19.865 and a significance value of 0.001. Simultaneously, service quality and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction with an F-value of 267.681 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) value of 0.847 indicates that service quality and price explain 84.7% of consumer satisfaction, while the remaining 15.3% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Tuku Cabang Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode kuantitatif Statistik dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 16,350 dan signifikansi 0,001. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 19,865 dan signifikansi 0,001. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 267,681 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,847 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 84,7%, sedangkan sisanya sebesar 15,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

Article history

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



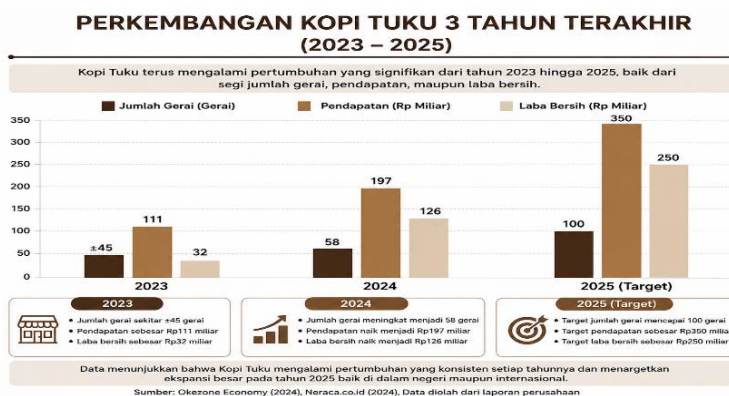
This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah coffee shop yang bermunculan di berbagai kota, khususnya di wilayah perkotaan seperti Jakarta. Pertumbuhan tersebut tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan aktivitas “ngopi” sebagai bagian dari kebutuhan sosial dan gaya hidup modern. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan bisnis kopi menjadi semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bertahan di pasar. (Gratia Momonto F, 2025).

Salah satu brand kopi lokal yang berhasil berkembang di tengah persaingan tersebut adalah Kopi Tuku. Kopi Tuku didirikan pada tahun 2015 oleh Andanu Prasetyo dan dikenal sebagai pelopor tren kopi susu gula aren di Indonesia. Dengan konsep sederhana dan harga yang terjangkau, Kopi Tuku mampu menarik berbagai kalangan konsumen. Selain itu, reputasi Kopi Tuku sebagai brand dengan kualitas produk yang baik turut memperkuat posisinya di pasar (Aditya Ahmad Maulana, 2024).

Gambar 1 Perkembangan Kopi Tuku 2023-2025



Grafik tersebut menunjukkan bahwa bisnis Kopi Tuku mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun 2023 hingga 2025. Pada tahun 2023, jumlah gerai Kopi Tuku diperkirakan mencapai sekitar 45 gerai dengan pertumbuhan bisnis yang mulai meningkat di berbagai wilayah Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2024, jumlah gerai meningkat menjadi sekitar 58 gerai. Pada tahun ini juga perusahaan mencatat peningkatan pendapatan sebesar 77% secara tahunan (year-on-year) dan laba bersih meningkat hampir empat kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2025, Kopi Tuku menargetkan ekspansi hingga mencapai 100 gerai dan memperluas pasar ke Asia serta Eiropa. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa Kopi Tuku berhasil mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu brand kopi lokal yang berkembang pesat di tengah persaingan bisnis coffee shop di Indonesia.

Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Tuku. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. (Gita Cahyani (t.t.).

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan salah satu elemen yang paling mudah dibandingkan oleh konsumen antar brand. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan manfaat atau kualitas yang diterima. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Tuku (Septi Setyaningsih, 2025). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Di sisi lain, kepuasan konsumen menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu bisnis. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Jika pelayanan dan harga yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan konsumen berpindah ke kompetitor. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan pada Kopi Tuku (Khan M, 2025)

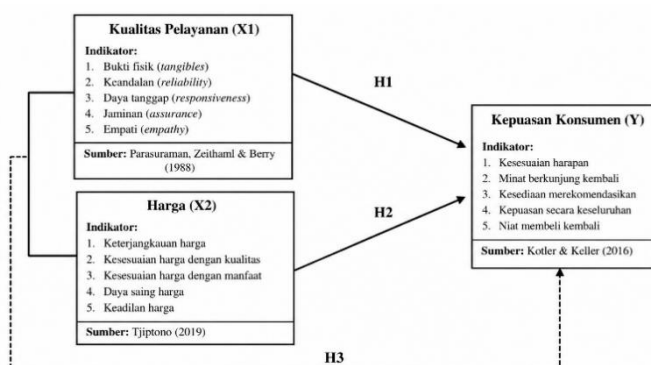
Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa meskipun Kopi Tuku telah memiliki brand yang kuat, masih terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan dan persepsi harga di setiap cabang. Hal ini dapat dilihat dari adanya potensi antrian, perbedaan pengalaman pelayanan antar cabang, serta meningkatnya jumlah kompetitor yang menawarkan harga dan pelayanan yang bersaing. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak selalu stabil dan perlu terus dijaga. (Ramadanty N, 2025)

Berdasarkan fenomena diatas, penulis merasa penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur penting untuk dilakukan guna mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen secara lebih spesifik

2. Tinjauan Pustaka

Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kopi Tuku cabang jakarta timur. Kualitas pelayanan dan harga diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap peningkatan kepuasan konsumen.



Gambar 2 Kerangka Berpikir

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. H1 : Kualitas Pelayanan (X1) → Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen.
2. H2 : Harga (X2) → Kepuasan Konsumen (Y)
Harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima dapat memberikan nilai yang baik bagi konsumen, semakin konsumen merasa bahwa harga yang dibayarkan terjangkau, sesuai dengan kualitas, kompetitif, dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.
3. H3 : Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) → Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas serta manfaat yang diterima dapat memberikan pengalaman dan nilai yang positif bagi konsumen, sehingga secara bersama-sama dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada kopi toko cabang Jakarta timur.

Hipotesis penelitian:

Hipotesis penelitian ini merupakan dugaan awal tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yang disusun berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir sebelumnya. Hipotesis ini nantinya akan diuji melalui proses pengumpulan data dan analisis secara menyeluruh. Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
H₀₁ : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen
H₀₂ : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen
H₀₃ : Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
H3 : Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui analisis statistik. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data serta analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Karyawan et al., 2025). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian menguji hipotesis melalui pengolahan data numerik menggunakan analisis statistik. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂), sedangkan variabel dependen adalah

Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian dilaksanakan di Kopi Tuku cabang Jakarta Timur. Populasi penelitian selama periode tiga bulan berjumlah 36.000 pelanggan Menurut Nur Fadilah Amin , populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang akan diteliti dan memiliki karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik ini dipilih agar sampel yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi secara objektif.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan berbagai literatur yang relevan dengan penelitian.

1. Observasi, dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pelanggan serta kondisi kerja di Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.
2. Kuesioner, digunakan sebagai instrumen utama penelitian dengan skala Likert lima tingkat. Instrumen disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian sehingga mampu mengukur persepsi responden secara objektif.

Tabel 1 Skala Likert

Jawaban Responden	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2018)

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics Version 27. Tahapan analisis meliputi uji kualitas data yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Kopi Tuku cabang Jakarta Timur . Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi sumber data

penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data, responden berasal dari latar belakang karakteristik yang beragam sehingga dapat memberikan gambaran mengenai kondisi pelanggan Kopi Tuku cabang Jakarta Timur. Selanjutnya, data yang diperoleh dari responden digunakan untuk melakukan pengujian kualitas data dan analisis statistik dalam menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,197. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0,579	0,197	Valid
	P2	0,530	0,197	Valid
	P3	0,655	0,197	Valid
	P4	0,511	0,197	Valid
	P5	0,582	0,197	Valid
	P6	0,599	0,197	Valid
	P7	0,506	0,197	Valid
	P8	0,643	0,197	Valid
	P9	0,390	0,197	Valid
	P10	0,568	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X2)	P11	0,602	0,197	Valid
	P12	0,650	0,197	Valid
	P13	0,583	0,197	Valid
	P14	0,559	0,197	Valid
	P15	0,520	0,197	Valid
	P16	0,538	0,197	Valid
	P17	0,560	0,197	Valid
	P18	0,554	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	P19	0,618	0,197	Valid
	P20	0,628	0,197	Valid
	P21	0,595	0,197	Valid
	P22	0,507	0,197	Valid
	P23	0,645	0,197	Valid
	P24	0,517	0,197	Valid
	P25	0,580	0,197	Valid
	P26	0,611	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,197. Dengan demikian seluruh item kuesioner dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,753	0,60	Reliabel
Harga	0,704	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,737	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,753, variabel Harga sebesar 0,704, sedangkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,737. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, Normal P-P

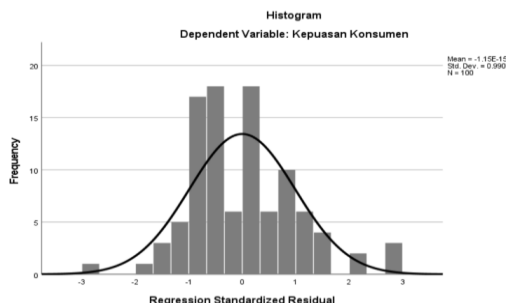
Plot, dan Histogram.

Tabel 6 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.93523587
Most Extreme Differences	Absolute		.088
	Positive		.088
	Negative		-.059
Test Statistic			.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.055 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.057
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.051
		Upper Bound	.063
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 2000000.			

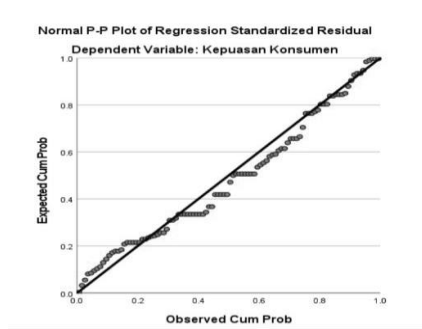
Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Uji statistik menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan data dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,055 > 0,05$. Dengan demikian, residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 3 Hasil Uji Histogram

Berdasarkan hasil pengujian, histogram menunjukkan bahwa residual menyebar membentuk pola menyerupai kurva lonceng (bell-shaped) dan terpusat di sekitar nilai nol. Pola tersebut mengindikasikan bahwa distribusi residual telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga model regresi layak digunakan dalam analisis penelitian.

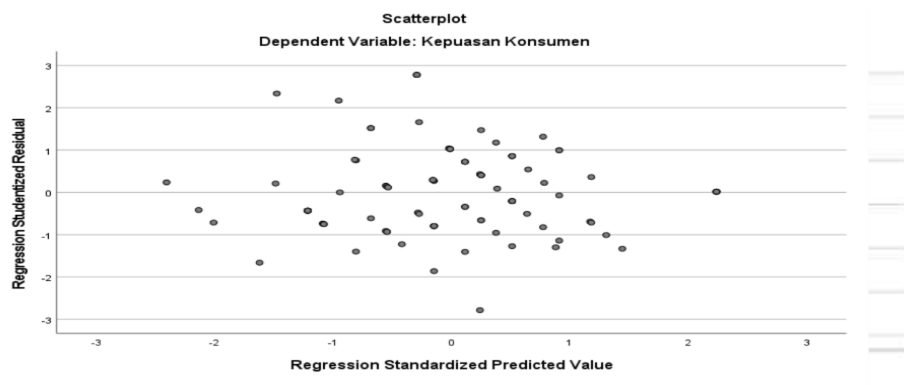


Gambar 4 Hasil Uji P-Plot

Hasil pengujian menggunakan grafik Normal Probability Plot (P-P Plot) menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar dan mengikuti garis diagonal. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, namun secara keseluruhan titik-titik tersebut tetap berada di sekitar garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis. Hal ini menunjukkan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Scatterplot antara nilai ZPRED dan SRESID.



Gambar 5 Hasil Uji Scatterplot

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui adanya hubungan antarvariabel independen. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.	Collinearity
	ized	Coefficients			ity

		Coefficients		Beta			Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.078	1.440		1.443	.152		
	Kualitas Pelayanan	.298	.056	.372	5.366	<.001	.329	3.036
	Harga	.575	.067	.591	8.523	<.001	.329	3.036
a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen								

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,329 ($>0,10$) serta nilai VIF sebesar 3,036 (<10). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk memastikan secara statistik apakah dugaan atau pernyataan sementara (hipotesis) yang telah dirumuskan sebelumnya dapat dibuktikan kebenarannya bersumber informasi yang didapatkan dari observasi lapangan.

Uji t (Parsial)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 8 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.131	1.835		2.795	.006
	Kualitas Pelayanan	.686	.042	.855	16.350	<.001
	Harga	.872	.044	.895	19.865	<.001
a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 16,350, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima.

Selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar 19,865, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	477.918	2	238.959	267.681	.001 ^a
	Residual	86.592	97	.893		
	Total	564.519	99			
a. Dependent Variabel: Kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 267,681, sedangkan F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen.

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (simultan)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920 ^a	.847	.843	.945	2.370
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga					
b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,847 atau 84,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara Bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 84,7%, sedangkan sisanya sebesar 15,3% merupakan variasi kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model

penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Tuku cabang Jakarta Timur.

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.078	1.440		1.443	.152
	Kualitas Pelayanan	.298	.056	.372	5.366	<.001
	Harga	.575	.067	.591	8.523	<.001

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 2,078 + 0,298X_1 + 0,575X_2$

1. Nilai konstanta sebesar 2,078 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen sebesar 2,078.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,298 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,298 satuan.
3. Koefisien regresi Harga (X_2) sebesar 0,575 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Harga akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,575 satuan.
4. Harga memiliki pengaruh relatif lebih dominan terhadap kepuasan konsumen dibandingkan kualitas pelayanan berdasarkan nilai Standardized Beta, yaitu 0,59.

Pembahasan hasil penelitian

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 16,350 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pegawai, maka semakin tinggi pula tingkat kinerja yang dihasilkan. Menurut *Philip Kotler* dan *Gary Armstrong* (2021), Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam menyajikan layanan yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian *Prasetyo* (2025), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan seperti kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan, dan keramahan karyawan mampu meningkatkan pengalaman positif konsumen sehingga kepuasan konsumen juga meningkat.

Sementara itu, hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 19,865 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Menurut *Aulia N* (2021), Harga adalah nilai tukar yang mencerminkan keseimbangan antara manfaat yang

diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gultom (2025), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa konsumen akan merasa puas apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai BASARNAS Kemayoran Jakarta Pusat. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 267,681 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,847, yang berarti bahwa 84,7% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 15,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Wibowo (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $16,350 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Tuku cabang Jakarta Timur, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $19,865 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, semakin sesuai harga dengan harapan konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $267,681 > F$ tabel $3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,847 atau 84,7% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 84,7%, sedangkan 15,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi Rahmat C, N. Y. (2023). Jurnal Informatika Dan RekaPenerapan Metode Regresi Linier Berganda Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Komputer* , 2808-5469.
- [2] Aditya Ahmad Maulana, H. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. *Journal of Management and Creative Business*, 108-118.
- [3] Amelia C, R. D. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Produksi Jahe Di Indonesia Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan* , 2240-2580.
- [4] Andriani L, A. R. (2025). Pricing Strategy And Value Based Marketing: Strategi Harga Dan

Persepsi Nilai Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 1108-1113.

- [5] Anggraini, A. V. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6491-6504.
- [6] Aulia N, G. P. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INDEKS
a. HARGA KONSUMEN. *Jurnal Khazanah*.
- [7] Cynthia V, A. R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 712-721.
- [8] Esi Rosita, W. H. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER
a. PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 279.
- [9] Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi.
a. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 85-114.
- [10] Fishabil. (2021). FAKTOR - FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN. *JURNAL AKUNTANSI, PERPAJAKAN DAN AUDITING*, 679-694.
- [11] Gracia M, N. S. (2022). Kualitas Pelayanan Memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* , 65-78.
- [12] Gratia Momonto F, K. P. (2025). Fenomena Viral Kopi Jago dan Kopi Tuku di Kalangan Pekerja Kantoran Menggunakan Metode Grounded Theory. 28209-28219.
- [13] Heni Julaika Putri, S. M. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 13074-13086.
- [14] Jailani, M. J. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 26320-26332.
- [15] Khan M, B. E. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Kopi Tuku Harapan Indah. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Ilmu Manajemen*, 193-200.
- [16] Maurice A, E. V. (2024). Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier pada Perhitungan Menggunakan Laporan Keuangan di Sektor Telekomunikasi Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 107-118.

- [17] Murtiningsih E, S. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 34-43.
- [18] Muthahharah I, F. I. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa di STKIP Pembangunan. *Jurnal Matematika dan Statistika*, 54-60.
- [19] Naufal, D. P. (2025). A Theoretical Study of Multicollinearity and Linearity in Econometric Models for Economic Research. *Jurnal Ekonomi Balance*, 1858-2192.
- [20] Nugroho, F. A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi indeks harga pangan di Indonesia tahun 2000-2023. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 1-9.
- [21] Nugroho, S. &. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan (Servqual) Pada Sultan Trip Holidays Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 27056-27066.
- [22] Nur Fadilah Amin, S. G. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL
a. DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2776-3005.
- [23] Nurani N, S. N. (2025). ANALISIS FAKTOR PELAYANAN MASYARAKAT PADA ORGANISASI PERANGKAT DAERAH KOTA SURAKARTA
a. DENGAN MULTIPLE LINEAR REGRESSION. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 719-733.
- [24] Prasetio L, A. S. (2025). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Fuzzy Servqual. *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, 2808-5450.
- [25] Pristiria R, K. K. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Perspektif*, 533-546.
- [26] Rakhmah. (2025). PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DENGAN METODE SERVQUAL SIX SIGMA DI KANTOR DINAS PARIWISATA
a. KABUPATEN PASURUAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 452-463.
- [27] Ramadanty N, R. T. (2025). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP BRAND AWARENESS KOPI TUKU.
a. *Jurnal Maneksi*, 1342-1351.
- [28] Septi Setyaningsih, N. Z. (2025). Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Tuku : Studi Akuntansi Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 111-127.

- [29] Sibarani Y, H. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. 87-99.
- [30] Siti Romdona, S. S. (2024). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, 39-47.
- [31] Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Journal of Education Research*, 5599-5609.