**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SUASANA KEDAI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KONG DJIE
SIBURIK KOTA TANJUNG PANDAN BANGKA BELITUNG**

Penulis Pertama¹*, Penulis Kedua², Ect³ (11pt Bold)
¹Institusi, Contoh: Universitas Muhammadiyah Jember (11pt)
²Khon Kaen University
*tanda korespondensi
Email: semua authorxxxx@xxxx.xxx
Contoh Email: ¹sriwahyuni@unmuhjember.ac.id

Diterima: xxxxxxxxxx | Disetujui: xxxxxxxxxx | Dipublikasikan: xxxxxxxxxx

Abstrak (12pt, Times New Roman bold)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh dari kualitas produk, harga dan suasana kedai terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data yang digunakan diperoleh dari kuesioner yang dikumpulkan dari 100 orang responden yang merupakan pelanggan kedai Kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan. Karakteristik dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pernah berkunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung, suasana kedai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung, kualitas produk, harga dan suasana kedai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung dan pengaruhnya sebesar 83,6%, sedangkan 16,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Suasana Kedai, Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: (12pt, Times New Roman bold): Maksimal 5 kata kunci yang dipisahkan dengan titik koma (;),urut abjad, penting untuk pengindeksan makalah yang tepat. Contoh: Citra Merek; Harga;...

Abstract (12pt, Times New Roman bold)

The abstract should be clear, concise, and descriptive. The abstract should stand alone, means that no citation and figures and equation format in the abstract. Consider it the advertisement of your article. The abstract should tell the prospective reader what you did and highlight the key findings. This abstract should provide a brief background of the problem (preferably 1-2 sentences), clear objective of paper, research method in short, and a brief summary of results/findings (not discussion), and short conclusion. Avoid

using technical jargon and uncommon abbreviations. You must be accurate, brief, clear and specific. Use words which reflect the precise meaning. The abstract should be precise and honest. Please follow word limitations (150-250 words) (← 12pt, Times New Roman).

Keywords: (12pt, Times New Roman bold): Maximum of 5 keywords separated by semicolon (;), crucial to the appropriate indexing of the papers, are to be given. eg: Brand Image; Price;...

PENDAHULUAN

Al Quran surah An-Nahl ayat ke-114 berisi firman Allah untuk kaum Muslimin agar makan makanan halal dan baik dari rezeki yang diberikan Allah. Berikut dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat ke-114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Artinya: "Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.

Dalam Surah An-Nahl ayat 114, Allah menyuruh kaum Muslimin untuk memakan makanan yang halal dan baik dari rezeki yang diberikan-Nya kepada mereka, baik yang berasal dari binatang maupun tanaman, Makanan yang halal adalah makanan dan minuman yang dibenarkan oleh agama untuk dimakan dan diminum. Sementara makanan yang baik ialah makanan dan minuman yang dibenarkan untuk dimakan atau diminum oleh kesehatan, termasuk di dalamnya makanan yang bergizi, enak, dan sehat contohnya minuman kopi.

Indonesia tidak diragukan lagi memiliki berbagai jenis kopi berkualitas dan terkenal dengan kenikmatan kopinya. Minum kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern di jaman sekarang. Dijaman dahulu, kopi merupakan minuman murah yang dikonsumsi dipinggir jalan, tetapi sekarang banyak disajikan di kedai kopi dan *cafe*. Bukan sekedar meminum kopi semata, namun di kedai kopi juga menjadi tujuan beberapa kalangan tertentu untuk melakukan suatu kegiatan tertentu.

Kedai kopi adalah tempat yang pada dasarnya menyediakan minuman kopi. Dijaman sekarang kedai kopi bukan hanya menjual minuman kopi saja, Biasanya ditambahkan dengan minuman hangat dan dingin lainnya yang bukan berbahan dasar kopi. Kedai kopi bisa berbentuk warung, kios, toko kecil, atau restoran sederhana. Dengan banyaknya usaha kedai kopi menjadikan pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam menentukan dimana pelanggan melakukan pembelian. Kriteria itu bisa tentang kualitas produk, harga dan suasana kedai. Karena berbeda dengan jaman dulu yang membuat kopi hanya diseduh dengan air panas, sedangkan dijaman sekarang sudah banyak menggunakan alat dan mesin kopi, Sehingga dapat menghasilkan citra rasa yang khas pada kedai kopi tersebut.

Salah satu kedai kopi yang sudah sangat lama berdiri dan sudah tidak asing bagi masyarakat pulau Belitung adalah kedai Kopi Kong Djie Siburik yang juga sudah memiliki cabang diluar pulau Belitung. Tidak hanya masyarakat lokal, wisatawanpun juga ikut merasakan kopi Kong Djie dan ngopi santai di Kong Djie siburik. Kedai kopi yang sudah berdiri sejak tahun 1943 yang didirikan oleh Ho Kong Djie yang berdarah Tionghoa dan diberi Nama Kong Djie dan masih bertahan sampai sekarang (Sendi, 2022).

Semakin banyaknya persaingan di industri perkopian maka kedai kopi Kong Djie harus bisa membangun rasa kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen rasa yang

emosional yang muncul ketika konsumen telah merasakan atau menggunakan produk tersebut. Kepuasan (satisfaction) konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang di harapkan produk dengan ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Qomariah, 2016). Bisa dibilang kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen yang diberikan kepada perusahaan terhadap produk perusahaan tersebut.

Salah satu pemberi kepuasan kepada konsumen adalah dengan memberikan konsumen kualitas produk yang baik. Kualitas yang bagus yang dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap terhadap konsumen dan dapat memenuhi keinginan konsumen. (Abshor, Hasiolan, dan Malik 2018).

Ernawati (2019:19) mengemukakan bahwa Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting. Sedangkan menurut Wahyuningtyas (2019) Kualitas produk adalah manfaat *tangible* atau *intangibile* yang berpeluang memberi rasa kepuasan kepada konsumen. Penting bagi setiap perusahaan untuk menjaga kualitas produk karena adanya kualitas produk yang baik maka membuat produk tersebut dikenal bagus oleh masyarakat. Jika kualitas produk sangat baik maka akan berpegaruh terhadap harga. Pandangan konsumen mengenai harga dari suatu produk yang kualitas produknya baik akan memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen. Siregar dan Fadilah (2017) mengemukakan bahwa Harga adalah salah satu faktor pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Melalui harga yang telah ditawarkan oleh kedai kopi berupa produk, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan dengan biaya yang telah konsumen keluarkan.

Harga dapat menjadi salah satu faktor untuk menunjukkan kualitas suatu produk. Dengan harga yang sesuai maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang sesuai dengan harga yang telah konsumen keluarkan. Selain harga suasana kedai kopi juga sangat penting, karena nantinya konsumen juga bisa menikmati produk di kedai kopi tersebut.

Suasana kedai merupakan salah satu faktor untuk membuat bisnis bertahan, dimana suasana yang dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dengan kedai kopi lain. Suasana di dalam istilah pemasaran adalah lingkungan fisik atau *atmosphere*. Jika suasananya dapat memberikan kosumen rasa nyaman maka konsumen akan betah untuk berada di kedai kopi tersebut. Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa *atmosfer* adalah suasana terencana yang menyesuaikan dengan pasar sasaran yang dapat menarik daya beli konsumen.

Suasana kedai kopi juga bisa berupa suara musik, pencahayaan, dan dan penempatan benda yang baik sehingga kedai kopi tersebut mendapatkan *aesthetic*. Jika konsumen merasa nyaman dengan suasana kedai tersebut maka konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suasana kedai kopi tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan maka penulis mengambil judul” Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Kedai Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kong Djie Siiburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian merupakan survey data primer yaitu penelitian yang bermaksud untuk mendeskripsikan fenomena yang ada pada ruang lingkup penelitian berupa populasi yang besar dengan jumlah variabel terbatas. Penelitian

ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung yang telah melakukan pembelian produk kedai kopi Kong Djie.

Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.

Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba dalam Noeryakin dan Faiza (2022), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5%=1,96

e = *sampling error* (10%)

moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal sebesar 10%.

Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui, maka nilai $P(1-P)$ dengan maksimal = 0,25 bila menggunakan *confidence* 95% dengan tingkat kesalahan 10%, maka besarnya sampel adalah:

$$n = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 0,25 = 96,4$$

Berdasarkan rumus dan penjelasan diatas, maka besaran populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Metode Analisis

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang berhubungan (Ghozali, 2018). Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

β_1, β_3 : Koefisien

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Harga

X_3 : Suasana

Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji parsial yang bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel bebas (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk melihat apakah kualitas produk, harga dan suasana kedai berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat sebesar 95% atau dengan signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$).

Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Apabila nilai t hitung > t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung < t

tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga dan suasana kedai berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Dalam melakukan uji f dapat membandingkan signifikasnsi antara f hitung dan f tabel. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dan sebaliknya jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*) untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat yaitu (Y), nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai 1. Jika nilai semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) pengaruhnya besar terhadap variabel terikat (Y). Berarti model yang digunakan semakin kuat untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) pengaruhnya kecil terhadap variabel terikat (Y).

HASIL

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (KP)

Pertanyaan	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
KP01	0,846	$\geq$	0,361	Valid
KP02	0,857	$\geq$	0,361	Valid
KP03	0,785	$\geq$	0,361	Valid
KP04	0,753	$\geq$	0,361	Valid
KP05	0,827	$\geq$	0,361	Valid
KP06	0,515	$\geq$	0,361	Valid
KP07	0,652	$\geq$	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Harga (H)

Pertanyaan	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
H01	0,889	$\geq$	0,361	Valid
H02	0,734	$\geq$	0,361	Valid
H03	0,759	$\geq$	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Suasana Kedai (SK)

Pertanyaan	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
SK01	0,839	$\geq$	0,361	Valid
SK02	0,865	$\geq$	0,361	Valid
SK03	0,818	$\geq$	0,361	Valid
SK04	0,691	$\geq$	0,361	Valid
SK05	0,736	$\geq$	0,361	Valid
SK06	0,843	$\geq$	0,361	Valid
SK07	0,741	$\geq$	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (KK)

Pertanyaan	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
KK01	0,852	≥	0,361	Valid
KK02	0,871	≥	0,361	Valid
KK03	0,912	≥	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alfa	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,873	Reliabel
Harga (X2)	0,708	Reliabel
Suasana Kedai (X3)	0,898	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,842	Reliabel

Sumber: Data diolah 2022

Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung baik itu masyarakat pulau Belitung atau wisatawan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	62	62%
Perempuan	38	38%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
<20	14	14%
21-25	65	65%
26-30	14	14%
>30	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	3	3%
SMP/MTS	1	1%
SMK/SMA	56	56%
Diploma	4	4%
Sarjana	35	35%
Pascasarjana	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	42	42%
Pegawai Negeri	14	14%
Wiraswasta	27	27%

Buruh Harian	15	15%
Pegawai BUMN	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung

Pernah Berkunjung	Frekuensi	Persentase
1 Kali	24	24%
3-5 Kali	31	31%
5-8 Kali	13	13%
>10 Kali	32	32%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang berhubungan (Ghozali, 2018). Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Tabel 4.11 Analisis Linear Berganda

Model	B
(Constant)	-,341
Kualitas Produk	0,161
Harga	0,475
Suasana Kedai	0,086

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas maka diperoleh:

$$Y = -0,341 + 0,161x_1 + 0,475 x_2 + 0,086x_3$$

- Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda nilai constant (a) sebesar -0,341 menunjukkan bahwa nilai variabel independen yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan suasana kedai (X3) dianggap nol (0), maka diperoleh kepuasan konsumen (Y) sebesar -0,341 satuan. Ini berarti jika nilai X1, X2 dan X3 terhadap Y bernilai nol (0), nilai kepuasan konsumen menjadi negatif.
- Berdasarkan hasil analisis regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,161 bernilai positif, maka setiap penambahan satu skor kualitas produk (X1) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,161.
- Berdasarkan hasil analisis regresi harga (X2) sebesar 0,475 bernilai positif, maka setiap penambahan satu skor harga (X2) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,475.
- Berdasarkan hasil analisis regresi suasana kedai (X3) sebesar 0,086 bernilai positif, maka setiap penambahan satu skor suasana kedai (X3) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,086.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Penentuan t tabel didasarkan pada rumus $t \text{ tabel} = (\alpha/2; N-k-1)$. Diketahui bahwa jumlah responden 100 dan tingkat signifikasi adalah 5%, maka $t \text{ tabel} = (0,05/2; 100-3-1) = (0,025 ; 96)$. Sehingga berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh t tabel sebesar 1,984.

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	4,281	0,000	Signifikan
Harga (X2)	6,501	0,000	Signifikan
Suasana Kedai (X3)	3,045	0,003	Signifikan
a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen (Y)			

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan data hasil uji t pada tabel diatas diperoleh:

1. t-hitung berdasarkan kualitas produk (X1) sebesar 4,281 pada tingkat signifikasi sebesar 0,000, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$. Artinya variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka hipotesis satu diterima.
2. t-hitung berdasarkan harga (X2) sebesar 6,501 pada tingkat signifikasi sebesar 0,000, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$. Artinya variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka hipotesis dua diterima.
3. t-hitung berdasarkan suasana kedai (X3) sebesar 3,045 pada tingkat signifikasi sebesar 0,003, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$. Artinya variabel suasana kedai (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka hipotesis tiga diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu, kualitas produk, harga dan suasana kedai memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan (bersama-sama). Nilai F tabel dapat dilihat menggunakan rumus F tabel yaitu: $F \text{ tabel} = F(k;n-k-1)$, $F=(3;100-3-1)$, $F \text{ tabel} (3,96) = 270$

Tabel 4.13 Hasil Uji F

F	Sig	Keterangan
162.541	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas maka diperoleh:

1. F hitung sebesar 162.541 dan sig 0,000. Maka $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan suasana kedai (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian maka hipotesis empat diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan suasana kedai terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0,836	0,830

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan data hasil tabel diatas maka diperoleh:

1. Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan suasana kedai (X3) berpengaruh sebesar 0,836 atau 83,6% terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan sisanya sebesar 0,164 atau 16,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung. Artinya, semakin baik kualitas produk, maka kepuasan konsumen semakin tinggi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) dalam Aziz (2019) konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas dan kinerja produk yang baik. Maka semakin baik kualitas produk maka konsumen semakin merasakan kepuasan terhadap produk tersebut

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristanto (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Caffe One Eighteen Coffe yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung. Artinya, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan keinginan konsumen dan kualitas produk sesuai dengan harga tersebut maka konsumen akan merasa puas. Karena harga sering menjadi faktor layak atau tidaknya suatu produk atau jasa untuk dikonsumsi atau digunakan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Ekasari (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen *Mblara Coffe & Culinary* yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Suasana Kedai Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana kedai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung. Artinya, semakin nyaman atau baik suasana kedai, maka kepuasan konsumen semakin tinggi. Suasana kedai menjadi salah satu alasan kenapa pengunjung pergi ke kedai tersebut. Suasana kedai yang baik dapat menambah pendapatan kedai karena jika suasana kedai baik maka konsumen akan betah berada di kedai tersebut dan kemungkinan besar akan melakukan pembelian yang banyak.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiranata (2019) yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan kafe RS kopi menyatakan bahwa suasana kedai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Kedai Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian ini kualitas produk, harga dan suasana kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kepuasan konsumen secara simultan dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, harga dan suasana kedai. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh wahyudi (2018) yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana dan Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lele Kepru menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan suasana secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang juga telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena hasil uji t adalah t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,281 > 1,984$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
2. Harga di kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena hasil uji t adalah t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $6,501 > 1,984$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
3. Suasana Kedai kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena hasil uji t adalah dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,045 > 1,984$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003.
4. Kualitas Produk, Harga dan Suasana Kedai kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena hasil uji F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $162.541 > 2,700$ dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

UCAPAN TERIMA KASIH

saya ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. selaku Dekan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberikan ijin dalam penyusunan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Sukardi, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikirannya selama proses penyusunan penelitian ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
6. Kedua orang tua saya, keluarga besar dan kerabat yang selalu memberikan motivasi, semangat, kasih sayang dan do'a.
7. Semua karyawan Kedai Kopi Kong Djie Siburik yang telah memberikan ijin dan membantu selama proses penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Universitas Ahmad Dahlan angkatan 2018 yang telah memberikan pikirannya selama penelitian ini.
9. Teman-teman dibelitung yang telah membantu, menghibur dan memberikan saran selama penelitian ini.
10. Pihak-pihak lain yang telah berkontribusi bagi kesuksesan penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu tetapi tidak mengurangi hormat saya kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo. *Journal Ekonomi dan Bisnis*.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.
- Binaraesa, Ni Nyoman Padang Cakra, Imam Hidayat, dan Marsudi Lestariningsih. 2021. "Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15(2).
- Ernawati, Diah. 2019. "Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* hal. 17-32.
- Evi Laili Kumrotin1 dan Ari Susanti 2021 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo " *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol6 , No.1 , (Juni) hal 3-12
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.

- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang, *Jurnal Inovasi Penelitian*. 2(2). 603-612.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gilbert, David. 2003. *Retail marketing management, Second Edition*. Prentice Hall.
- Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 60-72.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424
- Harahap, D. A., & Maharani, A. E. (2022, Agust). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek Kopi Kong Djie Siburik. In Bandung *Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2)
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mekaniwati, A. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Atas Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Kopi Nako Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(2), 113-122.
- Muhammad Faisal. 2020. *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Suasana Café dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Café D'Qibis di Bukittinggi*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart dikota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, M. Amri. "Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan." *Warta Dharmawangsa* 13.1 (2019).
- NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si .dan HAKIM FADILLAH, S.E. 2018."Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan." *Jumant* (Desember), hal. 87-96.
- Ordelia, Jessica. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dicafe *One Eighteenth Cofffe*." *media neliti publications* 1(1): 1.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14 (1), 16.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA di Kota Pati. *JURNALSTIE SEMARANG VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016* (ISSN: 2252-826). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Semarang
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sumiyati, S., & Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Warunk Upnormal Semarang).
- Tjiptono Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi, Yogyakarta
- Wahyudi, M. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk* (Doctoral dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang).
- Wahyuningtyas, Y. E. & P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8