

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

Eli Saputri Harahap, Arti Damisa, Muhammad Arif

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Email: elisaputriharahap20@gmail.com

Abstract

The increasing competition in the culinary business requires business owners to set appropriate prices and provide high-quality services to create customer satisfaction. However, Cafe Pondok Hijau in Padang Lawas Utara still experiences customer dissatisfaction related to pricing and service quality. This study aims to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction at Cafe Pondok Hijau. This research employs a quantitative approach using statistical methods. The research subjects were customers of Cafe Pondok Hijau, with a sample of 97 respondents selected using incidental sampling techniques. Data were collected through observation, interviews, and questionnaire distribution. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 23, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, coefficient of determination (R^2), t -tests, and F -tests. The results indicate that price and service quality partially have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, price and service quality also have a significant effect on customer satisfaction at Cafe Pondok Hijau in Padang Lawas Utara.

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Satisfaction.*

Abstrak

Persaingan usaha di bidang kuliner menuntut pelaku usaha untuk menetapkan harga yang sesuai dan memberikan kualitas pelayanan yang baik guna menciptakan kepuasan pelanggan. Namun, pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara masih ditemukan ketidakpuasan pelanggan terkait harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistik. Subjek penelitian adalah pelanggan Cafe Pondok Hijau dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang dipilih menggunakan teknik incidental sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan

program SPSS 23, melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta secara simultan kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Dimasa sekarang dunia usaha selalu memiliki persaingan yang kuat, ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi pelanggan. Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini, bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang tidak ada matinya. Perkembangan ini didorong oleh perubahan pola atau gaya hidup terlihat dari semakin banyaknya kafe, restoran, dan rumah makan yang bermunculan, dan kebutuhan masyarakat yang makin tinggi diperkotaan maupun dipedesaan. Dalam kondisi ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting, karena pelanggan yang puas akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, seseorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Indrasari, 2019). Kepuasan maupun ketidakpuasan adalah hasil evaluasi setelah pembelian, yaitu Kepuasan terjadi apabila kinerja produk sesuai bahkan melebihi harapan sebelum pembelian. Sedangkan ketidakpuasan timbul jika kinerja yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi. Perbedaan antara harapan dan kenyataan inilah yang memicu ketidakpuasan (Novrianto, 2016). Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi yang tepat untuk meminimalisasi ketidakpuasan tersebut.

Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi yang tepat untuk meminimalisasi ketidakpuasan tersebut. Dalam menjalankan usaha, kepuasan pelanggan dijadikan prioritas perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggannya, agar pelanggan merasa puas, perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai upaya dan strategi agar dapat mempertahankan keberadaannya serta memenangkan persaingan di tengah dinamika dunia bisnis yang terus berkembang (Apriyanti, 2020).

Cafe pondok hijau salah satu bisnis kuliner terletak di Desa Aek Haruaya Kabupaten Padang Lawas Utara, pondok hijau tersebut menyediakan makanan dan minuman. Dimana pondok hijau sudah berdiri selama 4 tahun lebih pada suatu bisnis kuliner akan ada dinamakan kepuasan pelanggan pada suatu cafe, pada cafe pondok hijau ini pelanggan menilai bahwa pengunjung kurang tertarik dengan harga yang telah disediakan oleh pondok hijau dan pelayanan yang belum konsisten dalam cafe ini. Sehingga cafe ini mengeluhkan harga yang diberikan relatif tinggi dan pelayanan kurang maksimal membuat para pelanggan mengeluhkan yang terjadi pada pondok hijau ini.

Cafe pondok hijau ialah salah satu bisnis kuliner yang cukup dikenal masyarakat Di Padang Lawas Utara yang memiliki ciri khas sesuai dengan namanya pondok hijau tersebut yang berwarna hijau yang berbeda dibanding cafe lain. Dalam usahanya cafe pondok hijau tersebut tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja akan tetapi cafe tersebut menambah fasilitasnya dengan tersedianya hiburan music, musholla dan spotpoto Selain itu terdapat Makanan seafood berserak yang menjadi salah satu daya tarik khusus bagi para pelanggan. Pondok hijau dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui berbagai upaya yang dilakukan untuk bertahan survive dimasa ini, dalam menghadapi persaingan yang ketat diantara usaha kuliner lainnya. Cara yang harus

ditempuh pondok hijau dalam hal ini dengan menentukan strategi agar dapat bertahan di tengah persaingan yang dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan 30 orang angket melalui google form terkait kepuasan pelanggan pada cafe pondok hijau. Diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang. Hasil survei menunjukkan bahwa 66,7% atau sebanyak 20 responden pelanggan cafe pondok hijau memilih tidak puas, sementara terdapat 33,3% atau sebanyak 10 responden pelanggan cafe pondok hijau yang memilih puas. Fenomena ini terjadi bahwa masih banyak pelanggan yang tidak puas setelah berkunjung pada cafe pondok hijau di padang lawas utara. Kepuasan pelanggan ternyata masih banyak para pengunjung yang merasa kurang puas dengan harga dan kualitas pelayanan cafe pondok hijau yang diberikan. Sehingga pelanggan mengeluhkan harga yang tidak kompetitif atau harga yang ditawarkan pondok hijau lebih tinggi dibandingkan cafe lain disekitarnya. Dan juga kualitas pelayanannya tidak konsisten yang diberikan pondok hijau tidak sama setiap hari. Banyak pelanggan yang tidak puas setelah berkunjung pada cafe Pondok Hijau. Ada rasa ketidakpuasan terhadap pelanggan, tetapi pelanggan tetap loyal berkunjung kembali pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, kualitas pelayanan, produk, pelayanan karyawan, suasana. Harga adalah Salah satu elemen bauran pemasaran yang berperan langsung dalam menghasilkan pendapatan adalah harga. Permintaan pasar terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh faktor harga, yang sering dianggap sebagai penentu utama. jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk maupun layanan yang di berikan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding

dengan kualitas produk atau jasa dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, harga merupakan elemen kunci dalam proses pengambilan kepuasan pelanggan karena secara langsung berkaitan dengan persepsi nilai dan daya beli.

Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa (Asrari, 2021). Harga salah satu faktor dalam dalam kepuasan pelanggan yang dimana cafe ini membuat pengunjung merasa harganya mahal dengan produk yang pondok hijau berikan. Sehingga pelanggan merasa harga yang diberikan tidak sesuai dengan produk yang disajikan dimana porsi makanan dan minuman pada cafe ini tidak sebanding dengan harga dan juga rasa makanan dan minumannya juga membuat para pelanggan mengeluhkannya (Gofur, 2019).

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap salah satu pelanggan di cafe pondok hijau menurut pengamatan peneliti, pelanggan mengungkapkan bahwa harga di Pondok Hijau menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan dianggap cukup tinggi bagi kalangan remaja seperti mereka, sehingga sering kali menjadi pertimbangan ulang sebelum berkunjung. Fenomena lain yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian antara harga dengan kualitas pelayanan maupun produk yang diterima. Meskipun tempat tersebut ramai pengunjung dan memiliki citra yang cukup baik, kenyataannya sebagian pelanggan merasa harga yang dibayar tidak selalu sebanding dengan harapan mereka.

Pelayanan merupakan setiap tindakan yaitu yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara

kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan penting untuk menarik minat pelanggan, dan juga akan mempengaruhi penjualan produk. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen (Fawzy dkk., 2023).

Kualitas pelayanan juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan diartikan sebagai jasa yang diberikan penyedia layanan, yang tercermin melalui keandalan, ketanggapan, hubungan yang baik, kompetensi, serta keramahan melalui sikap dan perilaku dalam memberikan layanan yang optimal, sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan (Orsinil Harfian Zega, 2023).

Selain masalah harga, pelayanan di Pondok Hijau juga menjadi perhatian pelanggan. Beberapa pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan kurang konsisten, terutama dalam hal kecepatan penyajian dan keramahan karyawan. Ada kalanya pelayanan berjalan baik dan memuaskan, tetapi di waktu lain justru terasa lambat dan kurang responsif. Hal ini menimbulkan kesan bahwa kualitas pelayanan di Pondok Hijau belum sepenuhnya stabil, sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kajian Teori

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari

interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, individu puas karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dari pelayanan yang diberikan terpenuhi (Khamdan, 2023).

Menurut Archakova dalam buku Samsurijal Hasan mengenai kepuasan pelanggan adalah elemen kunci yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis dalam mengembangkan, memperbaiki bisnis, serta meningkatkan keuntungan perusahaan. Secara khusus, hal ini juga berperan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Pelayanan yang optimal mencerminkan adanya budaya organisasi yang tertata dengan baik, yang sekaligus dapat dijadikan indikator dari karakter budaya sosial (Hasan, 2020) (Samsurijal Hasan, 2022).

Menurut Tjiptono dalam buku Zelvian Adhari bahwa Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari proses evaluasi setelah mereka melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk maupun layanan. Dalam proses ini, pelanggan akan membandingkan antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang sebenarnya mereka terima. Apabila produk atau jasa yang diperoleh mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut, maka pelanggan akan merasa puas (Adhari, 2021).

Disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi psikologis positif yang muncul ketika pelanggan merasa bahwa apa yang mereka peroleh sesuai atau melebihi harapan mereka. Dalam hal ini, harapan pelanggan biasanya terbentuk sebelum pembelian, berdasarkan informasi, pengalaman sebelumnya, dan janji yang diberikan oleh penyedia

produk atau jasa. Jika layanan yang diberikan dan harga yang ditetapkan dianggap layak, adil, serta sesuai dengan ekspektasi mereka, maka pelanggan akan merasa puas.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu memperhatikan 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan sebagai tersebut: (Falencia Sally Marcella Dermawan & Iva Khoiril Mala, 2024)

1. Produk, Produk yang berkualitas mampu memenuhi selera dan harapan konsumen. Kepuasan dari aspek ini dapat diukur melalui variasi produk yang ditawarkan, mutu produk, serta ketersediaannya di pasar.
2. Harga, Harga mencerminkan kualitas produk dan diukur dari tingkat harga yang ditetapkan, kesesuaian nilai jual, serta variasi harga yang diberikan.
3. Promosi, Merupakan upaya komunikasi kepada target konsumen mengenai manfaat produk. Efektivitas promosi dapat dilihat dari kegiatan iklan, pemberian diskon, dan hadiah yang disediakan.
4. Pelayanan Karyawan, Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan kepuasan. Hal ini diukur dari kesopanan, keramahan, kecepatan, dan ketepatan dalam melayani.
5. Suasana, Faktor pendukung yang berperan dalam memberikan kesan positif kepada konsumen sebagai bagian dari upaya menciptakan kepuasan, seperti kenyamanan tempat, kebersihan, dan penataan lingkungan.

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Adapun Metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran, bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, atau keluhan agar perusahaan dapat melakukan perbaikan.
2. Survei Kepuasan Pelanggan, Pengumpulan data melalui kuesioner/wawancara untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
3. *Ghost Shopping*, Pengecekan kualitas layanan oleh pembeli pura-pura (*mystery shopper*) guna menilai standar pelayanan.
4. *Lost Customer Analisis*, terhadap pelanggan yang berhenti membeli untuk mengetahui penyebab dan mencegah kehilangan pelanggan lebih lanjut. (Hermanto, 2019)

Harga

Harga adalah bentuk satuan nilai, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lain seperti barang atau jasa yang digunakan sebagai alat tukar guna memperoleh akses atau kepemilikan atas suatu barang atau jasa. Sedangkan Swastha mengemukakan bahwa harga merupakan total biaya dalam bentuk uang dan jika memungkinkan dapat mencakup barang tambahan yang harus dibayarkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan layanan secara bersamaan (Zusrony, 2021).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Persepsi nilai pelanggan terhadap suatu produk menjadi batas atas harga yang dapat ditetapkan. Apabila pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan nilai manfaat produk, maka kemungkinan besar mereka enggan untuk membeli. Oleh karena itu,

penetapan harga harus berada di antara dua batas ekstrem tersebut. Di dalam proses ini, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor internal dan eksternal lain Sebagai berikut: (Sudiyono & dkk, 2018)

1. Faktor Internal

Penetapan harga suatu produk tidak bisa dilakukan sembarangan, melainkan harus memperhatikan berbagai aspek penting yaitu: (Elliyana & dkk, 2022)

- a. Nilai produk, karena harga yang ditentukan harus sebanding dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Jika harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan nilai yang diberikan, pelanggan cenderung tidak tertarik membeli.
- b. Daur Hidup Produk, juga memengaruhi strategi harga. Pada tahap peluncuran, perusahaan mungkin menetapkan harga lebih tinggi untuk menutup biaya riset dan promosi, atau sebaliknya memberikan harga rendah untuk menarik pasar.
- c. Biaya produksi, juga menjadi batas bawah penetapan harga. Harga yang terlalu rendah dibandingkan biaya produksi akan menyebabkan kerugian.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam buku Meithiana definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Indrasari, 2019).

Pada dasarnya, kualitas pelayanan mencerminkan persepsi nyata

terhadap mutu suatu layanan. Konsep kualitas layanan mencerminkan transformasi menyeluruh dan berkelanjutan dalam cara pandang manusia dalam menjalankan aktivitas usahanya. Proses ini bersifat dinamis dan terus berlangsung demi memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan. Sejalan dengan teori kualitas yang disampaikan oleh Marcel, keberhasilan suatu layanan sangat ditentukan oleh mutu pelayanannya. Kualitas itu sendiri menjadi bentuk penghargaan tertinggi terhadap tindakan pelayanan yang diberikan (Sanurdi, 2021).

Jenis-Jenis Kriteria pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kondisi yang bersifat dinamis dan memiliki keterkaitan erat dengan produk, jasa, serta sumber daya manusia. Dalam pembahasan kualitas pelayanan, Tjiptono mengidentifikasi beberapa kriteria yang digunakan, di antaranya sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu, pelayanan mencakup lamanya waktu tunggu saat transaksi maupun proses pembayaran. Dalam memberikan layanan, aspek ketepatan ini perlu diperhatikan baik pada saat transaksi makanan maupun saat penyelesaian pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, kemampuan dalam mengurangi atau menghindari kesalahan, baik pada proses pelayanan maupun transaksi. Faktor ini menjadi salah satu unsur penting dalam memberikan layanan, sehingga pelayan perlu memastikan setiap langkah pekerjaan dilakukan secara tepat.
3. Sopan santun dan keramahan dalam memberikan pelayanan, aspek penting yang harus diperhatikan. Sikap ramah dan santun menjadi salah satu komponen utama dalam pelayanan, yang tercermin melalui perilaku kita selama berinteraksi dan melayani tamu.

Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Dan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Dari penelitian gusti ayu agung maharani dalam jurnal bahwa, Harga suatu gambaran yang seluruh atau persepsi dimana harga mencerminkan bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil, persepsi harga ini berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang di dalam konsumen. Bahwa harga berepengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Maharani, 2024).

Dalam penelitian Asri Yanti Bali dalam jurnal bahwa, Harga menjelaskan bahwa kualitas produk karena konsumen mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, hal ini terjadi pada konsumen. Pada konsumen lebih memperhatikan unsur harga dan kualitas produk. Sehingga konsumen akan tetap mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya dan bersedia membayar lebih banyak untuk kenyamanan, penampilan, keunggulan yang dirasakan yang diberikan kepada konsumen. Bahwa harga berepengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Bali, 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di cafe pondok hijau desa Hadungdung kecamatan portibi Kabupaten Padang Lawas Utara. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Desember 2025. Dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas

hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Abdullah & Abdullah, 2022). Populasi dalam penelitian di cafe pondok hijau adalah seluruh pelanggan yang datang dan melakukan pembelian, baik itu mahasiswa, pelajar, pekerja, maupun masyarakat umum.

Dari perhitungan sampel maka sampel yang akan diteliti berjumlah 96,04 digenapkan menjadi 97 responden. Sampel penelitian ini terdiri pada Cafe Pondok Hijau Padang Lawas Utara. Instrumen penelitian memiliki peran penting dalam penelitian kuantitatif. Instrumen ini berfungsi sebagai alat untuk membantu mengumpulkan data secara sistematis dan objektif, sesuai dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer (Soesana dkk., 2023).

Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

Harga memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran, baik bagi penjual maupun pembeli. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tersebut. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,051 > 1,661$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka H_0 diterima H_1 ditolak dengan signifikan $0,000 < 0,1$. Jadi dapat

disimpulkan terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hasil penelitian ini Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, serta daya saing harga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan harapan dan kemampuan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh melsa (2020) Oka (2023) fahri (2023) Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan ada juga penelitian ini tidak sejalan yang dilakukan oleh Abilla (2024) Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan penting untuk menarik minat pelanggan, dan juga akan mempengaruhi penjualan produk. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,076 > 1,66$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan

pelanggan. Maka H_0 diterima H_1 ditolak dengan signifikan $0,000 < 0,1$. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Hasil penelitian ini Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan seperti kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terbukti memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan konsisten akan memberikan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa puas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul dan Dhea (2023), James (2021), Adila (2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

Secara simultan dinyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 80,341 dan nilai F_{tabel} , df_{n-k} ($97-3=94$) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $80,341 > 2,36$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hal ini hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh

satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu harga dan kualitas pelayanan, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau. Hal ini tercermin dari penilaian pelanggan terhadap kecocokan harga, mutu produk, serta kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $80,341 > 2,36$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Alivianna (2020), Saifullah (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Hasil Uji t (Uji Parsial)

No	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
1	Harga	2,051	1,661	0,000	Berpengaruh signifikan
2	Kualitas Pelayanan	9,076	1,661	0,000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan Tabel 1, variabel harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} serta nilai signifikansi $< 0,1$.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model	Fhitung	Ftabel	Sig.	Keterangan
Regresi	80,341	2,36	0,000	Berpengaruh signifikan simultan

Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau Padang Lawas Utara.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Pondok Hijau di Padang Lawas Utara, dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati dalam melayani pelanggan, mampu menciptakan pengalaman positif sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil pengujian statistik melalui uji F, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara penetapan harga yang tepat dan kualitas pelayanan yang optimal.

Daftar Pustaka

- Abdullah, & Abdullah. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Muhammad Zaini.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Apriyanti, M. E. (2020). Pelayanan Terbaik bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan. *Sosio e-Kons*, 12(1), 70. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i1.3576>
- Asrari. (2021). *Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/h73df>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Elliyana, E., & dkk. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahli Media Press.
- Falencia Sally Marcella Dermawan & Iva Khoiril Mala. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopitiam Laoban Surabaya. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 41–52. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.169>
- Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2625>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Hasan, S. (2020). Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan: Upaya Membangun BUMD. *Serang: Media Madani*.
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=15960515313085747877&hl=en&oi=scholar>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo.
- Khamdan, R. (2023). Kepuasan Konsumen. *Khamdan Rifa'i*. <https://digilib.uinkhas.ac.id/20378/1/BUKU%20KEPUASAN%20KONSUMEN-KHAMDAN-SIAP%20CETAK.pdf>

- Maharani, A. A. I. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Planet Ban Raya Dalung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 10(2), 245–261. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v10i2.1292
- Novrianto, J. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (M1) Di Pekanbaru. *VALUTA*, 2(2), 171–189.
- Orsinil Harfian Zega. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Di Kecamatan Gunungsitoli Utara Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 785–795. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49041>
- Sanurdi, S. (2021). *Kualitas pelayanan Islami dan kepuasan konsumen teori dan praktek* (M. Yusup, Ed.; 1; Vol. 1). Sanabil. <https://repository.uinmataram.ac.id/3018/>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis. <https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4881/>
- Sudiyono, & dkk. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–159.

