

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Daycino Café Rokan Hulu

Danel Herdiansyah, Sri Rahmayanti, Bakaruddin
Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau
*e-mail: 210304227@student.umri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Daycino Cafe Rokan Hulu. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik (Hair et al., 2017) kepada 150 responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk di Daycino Cafe. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t, serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = -0,673 + 0,127X_1 + 0,101X_2 + 0,528X_3$. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,689 menunjukkan bahwa 68,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel yang diteliti, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Kata Kunci: Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor dengan tingkat persaingan yang sangat tinggi, di mana kreativitas dan kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam strategi pemasaran. Penyusunan strategi yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen menjadi penting agar makanan tidak hanya bernilai fungsional, tetapi juga emosional. Perubahan perilaku konsumen turut mendorong pertumbuhan bisnis kuliner, mulai dari kafe, restoran, hingga layanan katering. Persaingan yang ketat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam hal produk, pelayanan, dan promosi (Pane & Lubis, 2024).

Di Kabupaten Rokan Hulu, khususnya Pasir Pengaraian, tren kafe modern berkembang pesat. Setidaknya terdapat 16 kafe aktif yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri kreatif lokal. Salah satunya adalah Daycino Cafe, yang telah beroperasi sejak 15 Desember 2015 di Jl. Tuanku Tambusai, Pematang Berangan, Kecamatan Rambah. Kafe ini menjadi salah satu tempat favorit masyarakat untuk bersantai dan menikmati hidangan. Peneliti memilih Daycino Cafe sebagai objek penelitian karena posisinya yang bersaing dengan beberapa kafe lain di wilayah yang sama. Hasil survei menunjukkan bahwa Daycino Cafe menawarkan harga yang relatif

lebih tinggi dibandingkan Majestic Coffee, Harmony Café & Resto, HBR Coffee and Resto, serta D'house Cafe & Resto. Fakta ini menjadi latar belakang penting untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan hasil dari proses penilaian setelah melakukan pembelian, di mana produk atau layanan yang diterima mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya, ketika kinerja perusahaan dirasakan lebih rendah dari harapan, maka konsumen akan merasa kecewa. Oleh karena itu, menjaga keselarasan antara harapan dan kenyataan menjadi kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Salah satu aspek utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik memberikan kesan positif dan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berada di kafe. Mahmoedin dalam (Mariansyah & Syarif, 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas tidak kasat mata yang terjadi akibat interaksi antara konsumen dengan penyedia layanan. Kualitas pelayanan yang baik dipersepsikan dari sudut pandang pelanggan, bukan dari pelaku usaha. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil beragam: (Mahira et al., 2021) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara (Syahwi & Pantawis, 2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan.

Selain itu, harga menjadi variabel penting lainnya. Harga yang sesuai dengan persepsi konsumen terhadap kualitas akan menciptakan rasa puas, tetapi harga yang tidak sesuai justru dapat menurunkan kepuasan. (Putri et al., 2023) menyatakan bahwa meskipun harga tinggi dapat memberi keuntungan, konsumen tetap mempertimbangkan harga secara rasional. Penelitian oleh (Ariyanti et al., 2022) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi hasil berbeda ditemukan oleh (Pebriantika et al., 2022), yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan.

Variabel terakhir yang berperan penting adalah kualitas produk. Produk dengan kualitas baik akan meningkatkan nilai dan kepuasan konsumen. (S et al., 2023) menyebutkan bahwa kualitas produk yang baik tidak hanya memengaruhi kepuasan, tetapi juga membentuk loyalitas. (Puspita & Rahmawan, 2021) menekankan pentingnya menjaga kualitas secara konsisten. Penelitian oleh (Budiarno et al., 2022) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun (Febriana & Prabowo, 2022) menyatakan sebaliknya.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari studi yang dilakukan oleh (Mayasari & Safina, 2021), yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan utama dalam penelitian ini adalah pada penambahan variabel harga serta perbedaan objek penelitian. Variabel harga ditambahkan karena adanya hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten, sedangkan objek penelitian difokuskan pada Daycino Cafe di Rokan Hulu.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Daycino Cafe Rokan Hulu.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan konsumen. Menurut Tjiptono menyatakan bahwa: "Kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya". Beberapa pengukuran kepuasan konsumen mempunyai tiga bentuk yang berbeda yaitu:

1. *Positif disconfirmation*
2. *Simple Confirmation*
3. *Negatif disconfirmation*

Kualitas Pelayanan

Menurut mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagusnya pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler mengemukakan lima aspek yang berpengaruh atau tolak ukur dalam kualitas pelayanan, kelima aspek yang berpengaruh antara lain: 1) Assurance (kepastian) yaitu berupa kapasitas pegawai dalam memunculkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perjanjian yang telah disepakati kepada pelanggan. 2) Reliability (keandalan) yaitu kemampuan dalam menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan, terpercaya dan akurat. 3) Empathy (empati) yaitu memberikan masukan atau pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen. 4) Responsiveness (daya tanggap) ialah memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. 5) Tangible (berwujud) yakni penampilan fisik yang rapi serta peralatan yang digunakan mendukung pelayanan (Ismail & Yusuf, 2021).

Harga

Ada 4 hal yang mencirikan harga Keterjangkauan harga. Artinya konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. 2. Daya saing harga Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi pula nilai tukar barang atau

jasa tersebut, semakin besar pula alat penukar yang tersedia yang dikorbankan konsumen (Susilowati & Utari, 2022).

Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016:134) dikatakan bahwa kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut: *performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, *durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan, *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, *reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, *esthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, *serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan, *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya (Haque, 2020).

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada fenomena objektif dan mengkajinya secara kuantitatif. Jenis penelitian dilakukan dengan menggunakan angka, pemrosesan statistik, struktur, dan eksperimen terkontrol (Hamdi & Bahrudin, 2015).

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada Daycino Cafe Rokan Hulu. Dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek penelitian di Daycino Cafe Rokan Hulu, dalam penelitian yang dilakukan ini, responden yang digunakan sebagai pertimbangan penentuan estimasi populasi sebagai berikut :

1. Responden dua kali berkunjung pada Daycino Cafe.
2. Responden membeli produk makanan atau minuman pada Daycino Cafe.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain pengambilan sampel *Non probability Sampling*, yang berarti elemen pada populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat untuk terpilih sebagai subjek (Sowang & Hidayah, 2023).

Menurut (Hair et al., 2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai yaitu 10 kali dari jumlah semua indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian. Pada penelitian ini memiliki 15 item pernyataan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah $15 \times 10 = 150$ sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai pada pengumpulan data kali ini memakai kuesioner. Agar dapat memberikan dukungan pada akurasi data serta hasil penelitian. Sehingga peneliti memakai kuesioner agar menjadi instrumen dalam melakukan pengumpulan data. Kuesioner pada penelitian kali ini disebarakan pada pelanggan yang ada di Daycino Cafe.

Kuesioner akan dibagikan secara langsung pada pelanggan yang ada di Daycino Cafe. Pengukuran untuk kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan skala Likert 5 dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) Nilai 1
2. Tidak Setuju (TS) Nilai 2
3. Netral (N) Nilai 3
4. Setuju (S) Nilai 4
5. Sangat Setuju (SS) Nilai 5

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016) Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif berguna untuk memberikan informasi deskriptif mengenai karakteristik variabel penelitian dan demografi responden. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum, dari semua variabel tersebut.

Uji Kualitas Data

Studi yang mengukur variabel dengan instrumen kuesioner harus diuji terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel, karena kebenaran data yang diolah menentukan kualitas hasil penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum data diolah sesuai dengan model penelitian yang diajukan, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada umumnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t ini digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai antara thitung masing-masing koefisien regresi

dengan ttabel (nilai kritis) dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$; $\alpha/2$.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2013).

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam proses pengujian data yang hasilnya dapat diberi arti atau makna yang berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan instrumen berupa program SPSS. Persamaan untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

b_1 : Koefisien Regresi X_1

b_2 : Koefisien Regresi X_2

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Harga

X_3 : Kualitas Produk

e: Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah instrumen kuesioner dianggap valid jika setiap pertanyaan di dalamnya dapat merepresentasikan variabel yang sedang diteliti (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dan diolah melalui bantuan software SPSS.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	Item 1	0,564	0,1603	Valid
	Item 2	0,556	0,1603	Valid
	Item 3	0,495	0,1603	Valid
	Item 4	0,472	0,1603	Valid
	Item 5	0,432	0,1603	Valid
	Item 6	0,614	0,1603	Valid
	Item 7	0,556	0,1603	Valid
	Item 8	0,556	0,1603	Valid
	Item 9	0,543	0,1603	Valid

Harga (X2)	Item 10	0,569	0,1603	Valid
	Item 11	0,504	0,1603	Valid
	Item 12	0,410	0,1603	Valid
	Item 13	0,597	0,1603	Valid
	Item 14	0,507	0,1603	Valid
	Item 15	0,474	0,1603	Valid
	Item 1	0,277	0,1603	Valid
	Item 2	0,540	0,1603	Valid
	Item 3	0,477	0,1603	Valid
	Item 4	0,592	0,1603	Valid
	Item 5	0,477	0,1603	Valid
	Item 6	0,541	0,1603	Valid
	Item 7	0,555	0,1603	Valid
	Item 8	0,545	0,1603	Valid
	Item 9	0,526	0,1603	Valid
Kualitas Produk (X3)	Item 1	0,561	0,1603	Valid
	Item 2	0,341	0,1603	Valid
	Item 3	0,567	0,1603	Valid
	Item 4	0,495	0,1603	Valid
	Item 5	0,510	0,1603	Valid
	Item 6	0,477	0,1603	Valid
	Item 7	0,487	0,1603	Valid
	Item 8	0,434	0,1603	Valid
	Item 9	0,557	0,1603	Valid
	Item 10	0,455	0,1603	Valid
	Item 11	0,527	0,1603	Valid
	Item 12	0,428	0,1603	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Item 1	0,572	0,1603	Valid
	Item 2	0,446	0,1603	Valid
	Item 3	0,552	0,1603	Valid
	Item 4	0,363	0,1603	Valid
	Item 5	0,576	0,1603	Valid
	Item 6	0,561	0,1603	Valid
	Item 7	0,585	0,1603	Valid
	Item 8	0,459	0,1603	Valid
	Item 9	0,597	0,1603	Valid

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel, seluruh nilai r-hitung tercatat lebih besar daripada nilai r-tabel yang sebesar 0,1603. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dari keempat variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu variabel dalam proses pengukuran. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu eksternal dan internal. Pada pendekatan eksternal, pengujian dilakukan menggunakan metode seperti test-retest, teknik ekuivalen, atau kombinasi keduanya. Sementara itu, pada pendekatan internal, reliabilitas diuji dengan menganalisis konsistensi antar item dalam instrumen menggunakan teknik tertentu (Ghozali, 2018).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's alpha	Nilai kritik	Keterangan
---------------------	------------------	--------------	------------

Kualitas Pelayanan (X1)	0,810	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,633	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,707	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,668	0,60	Reliabel

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Hasil pengujian reliabilitas yang tercantum dalam tabel menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas ambang batas 0,60. Nilai untuk variabel kualitas pelayanan mencapai 0,810, harga sebesar 0,633, kualitas produk sebesar 0,707, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,668. Karena semua nilai tersebut melebihi standar minimum, maka seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan konsisten dan layak digunakan untuk mengukur masing-masing variabel di Daycino Cafe.

Hasil Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2021), uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah residual dari model regresi terdistribusi secara normal. Pengujian ini tidak dilakukan terhadap masing-masing variabel secara langsung, melainkan terhadap nilai sisa atau residual dari model yang dibentuk. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2.25342654
	Absolute	.040
Most Extreme Differences	Positive	.032
	Negative	-.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Hasil pada Tabel menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, residual dari keempat variabel dalam penelitian ini dapat disimpulkan mengikuti distribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi berganda. Model yang ideal adalah ketika antar variabel bebas tidak saling berkorelasi secara signifikan, karena korelasi tinggi antar variabel bebas dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis regresi (Sugiyono, 2021).

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.780	1.821		.428	.669		
Kualitas Pelayanan (X1)	.111	.035	.183	3.153	.002	.619	1.615
Harga (X2)	.106	.077	.102	1.378	.170	.382	2.614
Kualitas Produk (X3)	.510	.058	.633	8.825	<.001	.406	2.464

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel, seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan dari nilai VIF yang masih berada di bawah ambang batas 10, yaitu kualitas pelayanan sebesar 1.615; harga sebesar 2.614; dan kualitas produk sebesar 2.464. Selain itu, nilai tolerance masing-masing variabel juga lebih tinggi dari batas minimum 0,10, yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,619; harga sebesar 0,382; dan kualitas produk sebesar 0,406. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidakkonsistenan varian residual antar pengamatan. Salah satu asumsi penting dalam regresi linear adalah bahwa varian dari residual harus bersifat konstan (homoskedastis). Ketika varian residual berubah-ubah dari satu observasi ke observasi lainnya, maka hal tersebut disebut sebagai gejala heteroskedastisitas (Sugiyono, 2021).

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,249	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,975	
X3	0,797	

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar dan ke arah mana pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat secara simultan. Menurut (Ghozali, 2018), Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu model penelitian.

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a	
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.780	1.821		.428	.669
Kualitas Pelayanan (X1)	.111	.035	.183	3.153	.002
Harga (X2)	.106	.077	.102	1.378	.170
Kualitas Produk (X3)	.510	.058	.633	8.825	<.001

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

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

$$Y = 0,780 + 0,111 X_1 + 0,106 X_2 + 0,510 X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,780 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk tidak mengalami perubahan (bernilai nol), maka nilai kepuasan pelanggan tetap sebesar 0,780.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,111, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,111, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel harga adalah 0,106, yang berarti jika terjadi peningkatan harga sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,106, dengan asumsi variabel lain tidak berubah.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk adalah 0,510, artinya setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,510, dengan catatan variabel lainnya dalam keadaan konstan.

Hasil Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah satu variabel bebas secara individu memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabel terikat.

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.780	1.821		.428	.669
Kualitas Pelayanan (X1)	.111	.035	.183	3.153	.002
Harga (X2)	.106	.077	.102	1.378	.170
Kualitas Produk (X3)	.510	.058	.633	8.825	<.001

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t-hitung = 3,153 > t-tabel 1,97 dengan tingkat nilai signifikan 0,002 < 0,05. Hal ini berarti

variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai $t\text{-hitung} = 1.378 < t\text{-tabel } 1,97$ dengan tingkat nilai signifikan $0,170 > 0,05$. Hal ini berarti variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain hipotesis (H2) ditolak.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai $t\text{-hitung} = 8,825 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan tingkat nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain hipotesis (H3) diterima.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjust R Square)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Sugiyono, 2021). Nilai R^2 yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan prediksi yang tinggi terhadap variabel yang diteliti.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjust R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.695	.689	2.276

Sumber: Output data olahan SPSS Versi 27, 2025

Merujuk pada hasil output Model Summary, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,689. Nilai ini dipilih karena model penelitian melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Angka tersebut menunjukkan bahwa sekitar 68,9% variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan di Daycino Cafe dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Sementara itu, sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Daycino Cafe Rokan Hulu. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan sesuai harapan akan memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Daycino Cafe Rokan Hulu. Artinya, perubahan harga tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan cenderung mempertimbangkan aspek lain, seperti kualitas produk dan pelayanan, dibandingkan dengan harga.

3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Daycino Cafe Rokan Hulu. Produk yang disajikan dengan kualitas yang baik, konsisten, dan sesuai ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka, mendorong pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian, serta analisis dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka penulis menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ke depan, antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti suasana kafe, loyalitas pelanggan, promosi, atau citra merek yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks bisnis kuliner seperti Daycino Cafe. Penelitian mendatang juga dapat memperluas lokasi studi dengan melibatkan beberapa kafe lain di wilayah Rokan Hulu atau daerah lain di Provinsi Riau agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penggunaan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Peneliti juga dapat mempertimbangkan karakteristik demografis tertentu seperti usia, pekerjaan, atau frekuensi kunjungan pelanggan untuk memperoleh gambaran yang lebih spesifik terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor usaha kafe.
2. Bagi pihak Daycino Cafe, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada. Karyawan perlu diberikan pelatihan secara berkala guna meningkatkan keterampilan dan sikap dalam menghadapi pelanggan, seperti kecepatan dalam melayani, keramahan, serta kemampuan dalam memahami kebutuhan konsumen. Pelayanan yang konsisten dan profesional akan memberikan kesan positif dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Terkait aspek harga, meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Daycino Cafe tetap perlu menjaga agar harga yang ditetapkan seimbang dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Penyesuaian harga tidak perlu menjadi fokus utama, namun lebih penting memastikan bahwa pelanggan tetap merasa mendapatkan nilai yang pantas dari setiap transaksi yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94.
- Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(2), 226–233.
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 298–306.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 update PLS*

regresi. badan penerbit universitas diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 1(2), 63–76.
- Pane, A. D. P., & Lubis, F. A. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru). *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 2215–2226.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram DiPekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286–303.
- S, W. B. A., Hinggo, H. T., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Yongki Komaladi Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 401–414.
- Sowang, S. K. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Pembelajaran Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 752–760.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2021). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1), 134–140.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT.Telkom Di Kota Semarang). *Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.