

## ***The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Service Quality On Consumer Satisfaction At Inspirasi Coffe Jatinegara***

### **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Inspirasi Coffe Jatinegara**

Rika Nur Hikmah<sup>1</sup>, Suadi Sapta Putra<sup>2</sup>, Kumba Digdowiseiso<sup>3\*</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta<sup>1,2,3</sup>

[rikanurhikmah@gmail.com](mailto:rikanurhikmah@gmail.com)<sup>1</sup>, [suadi.putra@civitas.unas.ac.id](mailto:suadi.putra@civitas.unas.ac.id)<sup>2</sup>, [kumba.digdo@civitas.unas.ac.id](mailto:kumba.digdo@civitas.unas.ac.id)<sup>3</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

*Inspirasi Coffee is a coffee shop located in the Jatinegara area, East Jakarta. Similar to other coffee shops, Inspirasi Coffe provides a variety of coffee brews as its mainstay menu. Inspiration Coffee also provides non-coffee drinks. Not only a drink menu, they also provide a variety of snack menus and heavy food dishes. In their business activities, researchers found several problems in product quality, price perception, and service quality on customer satisfaction. The purpose of this study was to determine how the influence of product quality, price perception, and service quality of coffee drinks on consumer satisfaction at Inspirasi Coffee. The research method used is quantitative method and data collection techniques based on observations, interviews and literature study. This research is a survey research with associative design. The population in this study are all consumers of Inspiration Coffee. The sample of this research is some consumers of Inspiration Coffee Jatinegara totaling 100 people. Collecting data using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis. Based on the data obtained from the research, it shows that the product quality, price perception, and service quality presented by Inspirasi Coffe are all good, this means that Inspirasi Coffee can satisfy consumers who come to visit through all aspects of this Coffee shop.*

**Keywords:** Product Quality, Price Perception, and Service Quality.

#### **ABSTRAK**

Inspirasi Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang terletak di daerah Jatinegara, Jakarta Timur. Sama halnya dengan kedai kopi lainnya, Inspirasi Coffe menyediakan berbagai macam racikan kopi sebagai menu andalannya. Inspirasi Coffee juga menyediakan minuman non-kopi. Tidak hanya menu minuman, mereka juga menyediakan berbagai menu makanan ringan dan makanan berat. Dalam kegiatan usahanya, peneliti menemukan beberapa masalah dalam kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Inspirasi Coffee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan desain asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Inspirasi. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian konsumen Inspiration Coffee Jatinegara yang berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan yang disajikan oleh Inspirasi Coffe semuanya sudah baik, hal ini berarti bahwa Inspirasi Coffee dapat memuaskan konsumen yang datang berkunjung melalui semua aspek yang ada di Coffee shop ini.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan.

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan di dunia ekonomi sekarang ini telah melihat banyak perubahan cepat di dunia usaha. Akibatnya, banyak pengusaha gerai ritel, seperti kafe, supermarket, minimarket, department store, dan lain-lain, telah berevolusi. Akibatnya, persaingan berkembang di antara bisnis-bisnis ini. Setiap organisasi harus efektif dalam mengadopsi strategi yang tepat untuk mendominasi pasar agar tetap sukses. Pembangunan lingkungan yang menyenangkan didukung oleh desain interior yang khas dan penyediaan fasilitas tambahan yang berbeda dengan hiburan musik live, wifi, dan sejenisnya adalah daya magnet bagi kliennya yang pada akhirnya akan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Perusahaan ditekan untuk bergerak lebih cepat untuk menarik pelanggan dalam menghadapi persaingan perusahaan yang lebih ketat, terutama dari bisnis yang sebanding. Akibatnya, organisasi yang menggunakan ide pemasaran harus memperhatikan perilaku pelanggan dan elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka dalam upaya pemasaran produk mereka. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi oleh kapasitas perusahaan untuk menarik pelanggan, serta pengaruh eksternal. Meningkatnya jumlah barang di pasar akan dipengaruhi oleh banyaknya jumlah orang komersial di industri terk.

Tingkat persaingan itu menjadi salah satu masalah kepentingan bisnis reguler karena kepuasan pelanggan atau peserta komersial di pasar telah meningkat. Akibatnya, tingkat daya saing akan meningkat secara dramatis dari tahun ke tahun di masa mendatang. Espresso atau kopi dalam bahasa Jawa umumnya dikenal sebagai minuman yang dihasilkan dari ampas kopi. Kopi sekarang menjadi salah satu minuman paling terkenal di planet ini. Pohon anggur espresso adalah sejenis tanaman yang berasal hanya di Timur Tengah dan Afrika, tidak benar-benar di Indonesia. Konsep kopi masuk ke Indonesia pada tahun 1696, dan sedang dalam tahap penelitian. Hasil dari. Baru pada tahun 1699 semak kacang ini menarik perhatian penuh orang Jawa.

Kopi merupakan komoditas bisnis karena merupakan tulang punggung perekonomian beberapa negara. Ini dapat dihargai oleh hampir semua kategori usia sebagai pendorong utama. Kafein sudah menjadi barang ekspor yang sangat kuat, sebagaimana dibuktikan oleh statistik tertanggal 2004, yang menunjukkan bahwa espresso adalah barang ekspor yang paling berharga pada tahun 2005, menempatkan biji kopi sebagai pemenang perdagangan terbesar ketujuh di negara itu dari tanaman industri. Produksi espresso di Jawa kini menduduki peringkat keempat dunia, menurut temuan tersebut. Kopi memang memiliki tradisi panjang di Bali dan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi negara. Berikut merupakan dua macam jenis kopi yang sering di jual belikan oleh banyak orang, yaitu:

1. Jenis kopi Arabika, dalam 85% memproduksi kopi di seluruh dunia merupakan kopi jenis Arabika ini, dan kedudukan Indonesia dalam menyumbang angka jenis kopi arabika sebesar 10%.
2. Jenis kopi Robusta, sekitar memproduksi 25% di seluruh dunia, dan kedudukan Indonesia dalam menyumbang angka jenis kopi robusta sebesar 75%.

Dari warung dan kafe hingga restoran mewah dan hotel berbintang, tidak sulit untuk menemukan minuman hitam ini di berbagai negara yang paling disukai dan menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Mereka pasti menawarkan berbagai jenis kopi dan harga. Ada sekitar 598 kedai kopi dan kafe di wilayah metropolitan Jakarta, dan popularitas kopi juga mempengaruhi perkembangan bisnis. Di Indonesia, kedai kopi biasa disebut coffee shop atau kedai kopi. Dari desa-desa terpencil hingga ke jantung kota, kedai kopi mulai bermunculan di tengah-tengah kita, sehingga semakin banyak orang yang datang ke kedai kopi tujuan mereka. Definisi kafe "menurut Wiktionary (2010) dapat diartikan sebagai kafe kecil atau restoran kecil, biasanya menjual kopi, terkadang minuman ringan, makanan sederhana dan makanan ringan, dan memiliki fasilitas pendukung di tempat tersebut."

Di Jakarta, semakin banyak kedai kopi baru yang didirikan dan telah menyebar di seluruh kota. Namun tidak semua kafe di Jakarta banyak didatangi konsumen, hanya kafe-kafe tertentu saja yang memiliki ramai pengunjung. Ada banyak hal yang mempengaruhi berbelanja di kedai kopi, seperti suasana tempat, produk kopi, layanan yang dibetikan, tempat, merek kafe, kelompok afinitas, tag harga, lifestyle, promosi dan lainnya. Pengembangan kedai kopi antara lain kedai kopi Inspiration Coffee yang terletak di lokasi Jatinegara dan Jakarta Timur. Kami sangat ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kafe ini menawarkan berbagai macam kopi dan makanan ringan, serta makanan yang mengenyangkan. Pesaing yang dihadapi Inspiration Coffee dalam melaksanakan usahanya antara lain Fore Coffee, Coffee Wovven, NGPES Coffe Shop, Copilot Coffee.

Inspirasi Coffee adalah perusahaan dagang yang berdiri pada tahun 2020 yang bergerak di bidang jasa. Selain kopi, kedai kopi menyajikan makanan dan minuman berat seperti milkshake, jus dan es krim cokelat, seperti nasi goreng dan nasi sambal mataskin. Es Krim dan berbagai macam produk lainnya yang bisa dipesan dari daftar menu yang disediakan. Inspirasi Coffee yang saat ini sedang mempunyai permasalahan dengan kedai kopi saingan yang ketat dalam bisnis kedai kopi. Dalam interview dengan pemilik Inspirasi Coffee Ghazi Kurniawan, kebanyakan konsumen membuat pesanan kopi daripada menu lainnya, sehingga pengelola juga berperan penting dalam menghasilkan minuman kopi yang berkualitas, oleh karena itu barista menjelaskan perlu adanya pelatihan yang baik. Sajikan kopi.

Nilai omzet penjualan pada table diatas,menjelaskan angka tersebut hasil dari total produk yang terjual selama sebula x average range per product. Total avare rangenya adalah 20.000/item terdapat adanya fluktuasi bulanan, namun masalah yang disebabkan hal tersebut merupakan keadaan dapat terjadinya transaksi pembelian yang sangat besar pada bulan tertentu. Hal ini mungkin juga karena adanya beberapa kedai kopi baru di Jakarta, khususnya di kawasan Jatinegara saat akhir tahun ini. Di sinilah manajemen perlu mempercayai pelanggan loyal Inspirasi Coffee untuk datang lagi berbelanja di kedai kopi. Inspirasi Agar kopi dapat bertahan, Anda perlu mengembangkan strategi pemasaran kafe, misalnya, untuk mengembangkan suatu kualitas produk kopi, harga kopi, dan kualitas layanan di kafe tersebut.

Penelitian ini menganalisis pengaruh “kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Inspirasi Coffee Jakarta.” Oleh sebab itu, mengenai kepuasan seorang konsumen, Machkfoedz (2012:55) berpendapat jika kepuasan seorang konsumen merupakan proses evaluasi dan pemilihan dari berbagai sumber. Dengan adanya kekhawatiran khusus dengan mengidentifikasi opsi yang dianggap paling menguntungkan. Oleh karena itu, Anda dapat menarik judul penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI INSPIRASI COFFE JATINEGARA”

## 2. Tinjauan Pustaka

Manajemen pemasaran ialah pelaksanaan analisis, perencanaan analisis, pelaksanaan analisis, dan pemeliharaan interaksi yang memanfaatkan untuk melakukan dibeli sasaran untuk melaksanakan tujuan kelompok. Pemasaran dalam manajemen adalah ilmu dan seni memilih, menarik, bertahan, dan meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang utama (Kotler 2005:11). Pengertian manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan dimana semua kegiatan (program) dianalisis, direncanakan, dilaksanakan, dan dipantau untuk mencapai nilai tukar yang baik dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan (Salma, 2012: 160).

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Pengelola harus merencanakan, membuat, atau menangani barang bank baik secara kolektif maupun mandiri agar dapat memenuhi ekspektasi pasar. Terbukti dengan banyaknya produk yang gagal di pasar internasional, ini bukanlah usaha yang mudah. Sebuah produk terdiri dari fitur yang dapat diamati dan tidak terlihat, bukan hanya satu hal. Tjiptono (2015: 95) mendefinisikan “sebagai sesuatu yang diberikan oleh produsen agar dapat ditemukan, diminta, diperoleh, kemudian dicerna baik oleh pasar sebagai pemuasan kebutuhan atau keinginan pasar yang berlaku”. Menurut definisi ini, “produk adalah segala sesuatu yang dipasok ke perdagangan sebagai pemenuhan keinginan atau pemenuhan keinginan pelanggan, baik material maupun immaterial.” Di pasar modern yang semakin kompetitif saat ini, sebuah perusahaan akan dapat menetapkan dan merancang program pemasaran yang tepat, terutama untuk barang-barang yang dianggap bernilai, yaitu barang-barang berkualitas tinggi yang dapat membantu konsumen memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. diberikan oleh produsen untuk dilihat, dikejar, diperoleh, dimanfaatkan, atau dimakan oleh pasar guna memenuhi permintaan dan keinginan pasar Komoditas fisik, jasa, lokasi, kelompok, dan gagasan termasuk di antara komoditas yang tersedia. Saat merancang produk atau penawaran, perusahaan harus menyadari banyak tingkatan produk. ( Dionisius Apecilus Nggaur, 2018) produk memiliki 5 keV U7las diantaranya :

- a. Core Benefit = adalah adanya keuntungan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Basic Product = bentukan umum dari berbagai produk yang dapat dirasakan oleh inrda manusia.
- c. Expected Product = serangkaian dari peralatan produk dan kondisi yang diharapkan oleh produsen pada untuk menjangkau suatu produk.
- d. Augmented Product = adalah segala sesuatu yang terdapat perbedaan ntara produk yang ditawarkan .
- e. Potential Product = adalah banyak argumen argumentasi dan adanya perubahan segala bentuk oleh suatu produk yang akan datang nantinya.

### **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Fungsi penetapan harga dalam hal pemesanan dan penjualan produk atau jasa sebenarnya dapat dipisahkan. Harga membantu konsumen dalam memutuskan apakah harus membeli barang atau tidak. Menurut Kotler & Armstrong (2005:73), “nilai adalah sejumlah mata uang yang harus dibayar pembeli untuk memperoleh barang.” Penerimaan konsumen terhadap suatu produk ditentukan oleh harganya, dan itu adalah sesuatu yang dapat dikelola. Harga rendah atau tinggi suatu produk bersifat sangat subjektif. Oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga. Penetapan harga yang tepat merupakan harga yang konsisten dengan kelebihan dalam produk dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas, menurut Wilshire et al. (2002), adalah “jumlah dari mana produk tertentu memenuhi kepentingan pelanggan”. Sementara itu, Caruana (2002) mengklaim bahwa evaluasi pengguna antara harapan dan persepsi mereka dan kesan mereka tentang bagaimana layanan disampaikan menentukan keunggulan layanan. Demikian pula, kualitas layanan didefinisikan sebagai kesenjangan kebutuhan pelanggan dan mewakili merek, sesuai Parasuraman et al. (1988), dengan tujuan membuat kehebatan terjangkau.

Hipotesis ini dapat dicirikan sebagai perbaikan parsial untuk spesifikasi masalah penelitian, di mana persiapan latar belakang studinya diberikan dalam bentuk frase penyelidikan dan link dievaluasi menggunakan jaringan asosiasi studi penelitian. Diperkirakan bahwa dengan memverifikasi premis dan membangun hubungan keseluruhan,

solusi untuk situasi yang dihadapi dapat diidentifikasi. Arikunto (2018), Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) Inspirasi Coffe Jatinegara
- H2: Persepsi Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) Inspirasi Coffe Jatinegara
- H3: Kualitas Layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) Inspirasi Coffe Jatinegara

### 3. Metode Penelitian

Jenis objek penelitian ini merupakan penelitian pada Inspirasi Coffe Jatinegara, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk (Sugiyono., 2018) objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan realible tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian saya yaitu “Kepuasan Konsumen pada Inspirasi Coffe Jatinegara yang dapat di pengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.” Populasi adalah konsep lingkupan atau suatu besaran dalam karakter dari berbagai macam objek yang akan di diteliti. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen dari coffee shop di Inspirasi Coffee Jakarta yang sesuai dengan kriteria coffee shop yang dimaksud oleh peneliti yaitu : pernah membeli sekali jenis minuman coffee shop di Inspirasi Coffe.

Menurut (Nikmatuzroh 2019) rumus slovin adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Pengambilan sampel non-probabilitas, demikian menurut Sugiyono (2017: 82), merupakan dasar reliabel yang tidak memberikan peluang atau kemungkinan yang sama dengan setiap konstituen atau bagian dari populasi untuk dipilih sebagai perwakilan. Purposive sampling, yaitu pendekatan pengambilan sampel berdasarkan seperangkat kriteria, digunakan untuk mendapatkan sampel (Sugiyono 2017:190). Untuk penelitian yang lebih akurat, maka dengan dimaksimalkan, digunakan sampel sebanyak 100 responden. 100 responden tersebut dianggap sudah representative karena sudah melebihi batas minimal sampel.

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis untuk menentukan ketepatan dalam memprediksi pengaruh yang terjadi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). (Sugiyono., 2018) menunjukkan regresi berganda karena jumlah variabel bebas lebih besar dari 1. Dalam penelitian ini, jumlah variabel bebas adalah 3 (3), dan persamaan regresi berganda. Uji t-statistik digunakan untuk mengetahui seberapa penting masing-masing variabel independen dalam menginterpretasikan variasi variabel dependen (Santosa & Luthfiyyah, 2020) Benarkah faktor kualitas produk, kewajaran harga, dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini.

1. Konsumen Front Coffee Metropolis Walk Menghadapi Tantangan Berat. Ilmuwan kami menggunakan berbagai kriteria pengujian untuk membuat keputusan.
2. Jika ambang batas kepentingan adalah 0,05 maka koefisien regresi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel. Selanjutnya, metode statistik berikut digunakan untuk mengevaluasi apakah skor setiap pertanyaan survei sah atau tidak: variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan criteria statistik sebagai berikut:
  1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, variabel valid.
  2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.
  3. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tetapi bertanda negative, maka  $H_0$  akan tetap ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

Uji t untuk menganalisis signifikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan mengetimasi nilai signifikan dari  $T_{hitung}$  untuk mengetahui apakah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan melakukan pengujian tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

##### **Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Inspirasi Coffee Jatinegara**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi inspirasi Jatinugala. Hasil uji hipotesis memiliki nilai 4,569 dan tingkat signifikansi kurang dari 1,985. Pengaruh positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa continuous improvement pada kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian Inspirasi Coffee Jatinegara. Hal ini juga dibuktikan dengan nilai koefisien 0,283. Artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembeliannya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu penentu keputusan pembelian, karena kualitas produk menciptakan dan meningkatkan keputusan pembelian. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula keputusan pembeliannya. Hasil penelitian ini dari Jackson Hospital Weenas 2013 "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Springbed Comforta" dan "Dampak Kualitas Produk dan Citra Merek" Anniek Fatlahah 2013 konsisten dengan. "Keputusan Pembelian Es Wall Magnum Cream" telah menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap kepuasan konsumen.

##### **Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Inspirasi Coffee Jatinegara**

Kewajaran harga memiliki pengaruh yang menguntungkan dan substansial terhadap kesenangan pembeli di Besar Espresso Jatinegara, menurut hasil pengujian hipotesis. Uji Hausman menghasilkan skor 9,088 dengan signifikansi statistik kurang dari 3,805, yaitu 1,985. Pengaruh positif signifikan ini menunjukkan bahwa harga murah Mocha Inspirasi Jatinegara berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini juga ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas sebesar 0,465, yang menunjukkan bahwa semakin rendah harga komoditas yang ditawarkan, semakin baik kebahagiaan pelanggan, dan sebaliknya. Karena penetapan harga adalah aspek yang paling dapat disesuaikan dan bervariasi, itu adalah Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga merupakan salah satu faktor kebahagiaan konsumen karena harga merupakan komponen bauran pemasaran yang paling bervariasi dan sering berubah. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh seberapa murah dan rendahnya harga suatu perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Jackson Subhash Weenas yang dipublikasikan, "Quality Of Products, Price, Advancement, and Servqual Impact on Purchasing Behavior for Spring Bed Comforta," penelitian Strong Supriyono et al 2014, "Influence of Product, Price, dan Publisitas Perilaku Pembelian dalam Mendapatkan Rumah di Bukit Simpang Untuk Akomodasi (BSB) Kota Melalui Selatan," dan penelitian Mariana tahun 2015, "Thesalah satu prediktor kebahagiaan konsumen.

##### **Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Inspirasi Coffee Jatinegara**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis adalah 5,937 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yang setara dengan 1,985. Pengaruh positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini juga dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,385. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan seorang karyawan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. Senada dengan penelitian Abdur Rohman yang berjudul

Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel MR. "Montir Citayam" adalah Mr. Workshop menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Indikator variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

## 5. Penutup

### Kesimpulan

Berlandaskan kesimpulan dalam penelitian ini, yang penulis lakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai alat bantu penelitian dalam mendapatkan data melalui pengumpulan dan pengolahan data menjadi sebuah informasi serta pembahasan pada bab - bab sebelumnya. Penulis memuat suatu kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Inspirasi Coffee Jatinegara sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Inspirasi Coffee Jatinegara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $4,569 > 1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan koefisien kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bernilai 0,283 yang artinya adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Inspirasi Coffee Jatinegara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $3,805 > 1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan koefisien persepsi harga terhadap kepuasan konsumen bernilai 0,465 yang artinya adanya pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen..
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Inspirasi Coffee Jatinegara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $5,937 > 1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan koefisien kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bernilai 0,385 yang artinya adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Penulis sangat ingin menawarkan beberapa ide untuk meningkatkan pilihan pembelian berdasarkan temuan studi atau temuan yang telah dicapai. Inspirasi Coffee Jatinegara terinspirasi dalam proyek penelitian masa depan. Sebagai penulis, kami telah membuat saran serupa:

1. Karena kontrol kualitas memiliki dampak yang besar pada keputusan pembelian, desain untuk Coffee Jatinegara akan sangat berhati-hati. Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan fitur dan kualitas produk yang bergantung pada kekuatan untuk memenuhi persyaratan tersurat maupun tersirat. Perusahaan harus memperhatikan kualitas konsumen karena kondisi barang yang dimiliki akan mempengaruhi pilihan konsumen.
2. Penetapan harga harus diperhatikan oleh Jatinegara karena berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Persepsi harus diperhitungkan oleh bisnis. Karena niat beli mengacu pada penilaian pengguna tentang apakah harga yang diberikan oleh penjual, dan bahkan harga yang sebanding dengan pihak lain, adalah wajar, pantas, atau dapat dibenarkan.

Kualitas pelayanan secara keseluruhan di Inspirations Coffee Jatinegara sangat penting dan berdampak besar pada keputusan pembelian. Perusahaan memperhatikan faktor ini untuk mencapai tujuan perusahaan dengan meningkatkan pengalaman pelanggan Kopi Inspirasi Jatinegara. Dengan menawarkan layanan pelanggan yang hebat. Service Excellence Alasan utama untuk menentukan jumlah perilaku pembelian adalah inspirasi dari Mocha Jatinegara. Dalam skenario ini Jatinegara Coffee Inspire dikatakan baik jika mampu

menghasilkan barang/jasa yang sesuai dengan spesifikasi pelanggan. Kualitas layanan akan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### Daftar Pustaka

- Brigham, Eugene F dan Joel F Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Ginting, Suriani. 2012. *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kualitas Laba pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal. STIE Mikrosil. Medan.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2006. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Irawati, Dhian Eka. 2012. *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba*. Accounting Analysis Journal.
- Keown, Arthur et al. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Alih Bahasa Haryandini. Jakarta: Salemba Empat.
- Rachmawati, Andri; Triatmoko, Hanung. 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi X, Makassar, 26-28 Juli 2007.
- Riyanto Bambang. 2001. *Dasar - dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta.
- Romasari, Sonya. 2013. *Pengaruh Persistensi Laba, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Alokasi Pajak Antar Periode Terhadap Kualitas Laba*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Sadiah, Halimatus dan Maswar Patuh Priyadi. 2015. *Pengaruh Leverage, Likuiditas, Size, Pertumbuhan Laba, dan IOS Terhadap Kualitas Laba*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi vol (4) No.05.
- Sarwono Jonatan. 2013. *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Elexmedia Komputindo Kompas Gramedia, Jakarta.
- Setiyadi, 2007. *Pengaruh Compan Size, profitability, dan Institutional Ownership terhadap CSR Disclosure*. Jurnal Ekonomi. Universitas Padjajaran Bandung.
- Setiawan, Bagus Rahmat. 2014. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI*. Jurnal. STIE Galileo Batam.
- Sugiarto, Bambang; Siagian, Dergibson. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Akuntabilitas.
- Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan Y.Jogi .2013. *Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012*. Business Accounting Review.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supriyanto, A. (2022) 'Komitmen Organisasi: Ditinjau dari Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Yang Dimoderasi Leader-Member Exchange', *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Keuangan*, 11(1).
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69–82.
- Supriyanto, A. et al. (2022) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.
- Syarli, Z. (2021). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Kualitas Audit terhadap Kualitas Laporan Keuangan*. *Indonesian Journal of Business and Management*, 1(3), 438–451.
- Tanjung, Riani., Sari, D. P. (2020). *Pengaruh Prinsip Good Corporate Governance Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada PT.AGRONESIA (INKABA)*. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 1–12.