

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Reserve Dewata

Kadek Intan Dwi Cahyani Dhyasa¹, Komang Krisna Heryanda²

^{1,2}Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10 June 2023

Received in revised form

24 June 2023

Accepted 26 June 2023

Available online 1 August 2023

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan yakni tanggapan pelanggan berupa perasaan puas seusai mengkomparasikan produk yang diekspektasikan dengan yang diterima. Harga dan kualitas pelayanan yakni faktor yang memimbasi kepuasan pelanggan dan punya kontribusi krusial dalam membangun kepuasan pelanggan. Riset ini punya sasaran guna membuktikan imbas dari harga dan kualitas pelayanan baik dengan simultan dan parsial pada kepuasan pelanggan. Desain riset yang diaplikasikan yakni kuantitatif kausal dengan subjek pelanggan yang datang dan berbelanja produk pada Starbucks Reserve Dewata dengan objek riset yakni harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Teknik Sampel yang diaplikasikan yakni teknik *purposive sampling*. Sampel sebesar 130 responden. Data dihimpun dengan kuesioner lantas memanfaatkan analisis regresi linear berganda untuk menganalisisnya. Impak riset ini yakni: (1) harga dan kualitas pelayanan berimbas bermakna pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata, (2) harga berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata (3) kualitas pelayanan berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a customer response in the form of a feeling of satisfaction after comparing the product or service that is in mind to the expected product or service and the fulfillment of needs. Price and service quality are factors that influence customer satisfaction and have an important role in building customer satisfaction. This test aims to determine and prove the effect of price and service quality both collectively and individually on Starbucks Reserve Dewata customer satisfaction. The research design used is causal quantitative. The research subjects in this study were Starbucks Reserve Dewata customers who visited and bought products at Starbucks Reserve Dewata. The object of research in this study is price, service quality and customer satisfaction. The sample technique used in this study was purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 130 respondents with the criteria of respondents taken, namely customers who visited and bought products at Starbucks Reserve Dewata more than twice in the last year. Data were collected by questionnaire and analyzed by multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) price and service quality have a significant effect on customer satisfaction Starbucks Reserve Dewata, (2) price has a positive and significant effect on customer satisfaction Starbucks Reserve Dewata (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction Starbucks Reserve Dewata

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Pada era modern ini, perkembangan teknologi pada bidang industri membawa imbas pada sektor bisnis, khususnya pada bidang kuliner. Hal ini memicu minuman kopi berkembang menjadi minuman yang berkelas seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat nantinya kopi yang meningkat selaras dengan gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi kopi yang terus berkembang. Hal itu imbas kedai kopi menawarkan kualitas kopi dengan variasi rasa yang beragam, desain kemasan dan pelayanan yang berbeda ketika dikomparasikan dengan warung kopi di pinggir jalan. Dahulu orang meminum kopi hanya guna menghilangkan rasa kantuk dan menyeduhnya sendiri di rumah atau di warung pinggir jalan yang

¹ Corresponding author.

E-mail : dhyasaintan@gmail.com, krisna.heryanda@undiksha.ac.id

biasa disebut dengan warung kopi. Kopi yang dijual pada umumnya yakni kopi hitam yang di seduh mengaplikasikan gelas kaca. Perkembangan yang terjadi saat ini, sudah membawa imbas pada sektor bisnis khususnya pada bidang kuliner. Hal ini menyebabkan minuman kopi sudah berkembang jadi minuman yang berkelas. Minuman kopi kini sudah di jual di kedai kopi dengan kisaran harga yang berbeda, mulai dari harga yang rendah, standar, dan tinggi seiring dengan keperluan dan permintaan nantinya kopi yang meningkat selaras dengan gaya hidup masyarakat dalam mengenakan kopi yang terus berkembang. Hal itu diimbaskan kedai kopi menawarkan kualitas kopi dengan variasi rasa yang beragam, desain kemasan dan pelayanan yang berbeda ketika dikomparasikan dengan warung kopi di pinggir jalan. Banyaknya pelaku usaha kedai kopi yang bermunculan serta entitas bisnis yang berkompetisi dalam satu bidang usaha menyebabkan kompetisi industri yang makin meningkat dan kompetitif. Perkembangan sedemikian pesat makin memicu kompetisi yang berlangsung saat ini, jadi tantangan bagi entitas bisnis guna mempertahankan pangsa pasarnya.

Pandangan statistik *International Coffee Organization* (ICO), di Indonesia konsumsi kopi di Indonesia pada 2020/2021 menggapai lima juta kantong size 60 kg dan menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Selain guna menghilangkan rasa kantuk, konsumsi kopi kini sudah berkembang jadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Perkembangan kedai kopi yang ada di Indonesia saat ini, memicu pengembangan dalam penyajian kopi jadi bervariasi, layaknya keragaman produk olahan kopi yang di jual, variasi rasa dari produk yang dihasilkan, dan tampilan produk. Banyaknya pelaku usaha kedai kopi yang bermunculan serta entitas bisnis yang berkompetisi dalam satu bidang usaha menyebabkan kompetisi industri yang makin meningkat dan kompetitif. Perkembangan yang demikian pesat makin memicu kompetisi yang sedang terjadi saat ini, jadi jadi tantangan bagi entitas bisnis guna mempertahankan pangsa pasarnya.

Salah satu *brand* kedai kopi yang paling dikenal masyarakat yakni Starbucks. Starbucks sebagai brand minuman kopi ternama di dunia, punya 28 gerai di Bali, salah satunya yakni Starbucks Reserve Dewata yang berlokasi di Jalan Sunset Road, Seminyak, Bali. Starbucks Reserve Dewata yakni Starbucks terbesar di Asia Tenggara, kata *Reserve* yakni sebutan premium guna sebuah Starbucks. Starbucks Reserve Dewata diusung dengan konsep langgam tropis modern dengan memadukan salah satu unsur budaya dan kerajinan Bali. Starbucks Reserve Dewata punya *coffee mini garden*, kopi yang ditanam yakni kopi asli Indonesia. Starbucks Reserve Dewata juga punya *media room* sehingga pengunjung bisa menonton perjalanan sebuah kopi. Selain itu, ada *interactive room* guna mempelajari kopi mulai dari pembibitan, panen, dan pengolahannya. Harga yang ditawarkan Starbucks Reserve Dewata dalam satu produknya lebih mahal dibandingkan dengan gerai lainnya karena adanya fasilitas premium yang menjadi keunggulan dan daya tarik Starbucks Reserve Dewata.

Berlandaskan data dari Google Ulasan Starbucks Reserve Dewata, ada 7.900 orang yang menyumbangkan ulasan terkait gerai Starbucks Reserve Dewata selama 3 tahun terakhir. Jumlah ulasan Starbucks Reserve Dewata jauh lebih banyak dibandingkan dengan gerai Starbucks lainnya. Ada 365 ulasan terkait Starbucks Reserve Dewata selama lima bulan terakhir. Sebanyak 98 orang pengunjung menyumbangkan keluhan seusai mengunjungi Starbucks Reserve Dewata dalam lima bulan terakhir periode bulan juni tahun 2022 sampai oktober tahun 2022. Sebanyak 45,9 persen pengunjung memberi keluhan terkait harga yang ditawarkan guna satuan produk Starbucks Reserve Dewata jauh lebih mahal dibandingkan dengan gerai Starbucks lainnya. Sebanyak 30,7 persen pengunjung memberi keluhan karena kualitas pelayanan yang kurang, seperti pesanan yang diterima tidak selaras, kesulitan membayar mengaplikasikan *member card*, pelanggan yang menunggu pesanan dengan lama dan meja yang tidak dibersihkan. 16,3 persen pengunjung merasa tidak puas dengan kualitas produknya. Sebanyak 7,1 persen pengunjung merasa tidak puas karena tempatnya. Berlandaskan data yang sudah diuraikan diatas terkait keluhan pelanggan Starbucks Reserve Dewata, persentase tertinggi yang memicu perasaan tidak puas tersebut yakni harga dan kualitas pelayanan.

Tjiptono (2014:353) mengutarakan rasa puas *customer* dianggap sebagai *output* guna menaksir *value* penggunaan produk. Berlandaskan teori yang dikemukakan Irawan (2015:37) faktor-faktor pemicu kepuasan pelanggan yakni kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, biaya, dan kemudahan. Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014 : 101) yang mengutarakan pembentuk kepuasan pelanggan terdiri dari keselarasan harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Pandangan Kotler dan Armstrong (2012:345) harga yakni sejumlah uang yang ditagihkan atas produk dan jasa atau jumlah dari taksiran yang ditukarkan para *customer* guna menyabet fungsional dari punya atau mengaplikasikan produk atau jasa. Pandangan Amrita (2020) mengutarakan makin positif harga yang disumbangkan lantas makin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Pandangan Krisdayanto (2018) ada

indikator harga yaitu dijangkau tidaknya harga, keselarasan kualitas yang didapat dan biaya yang dibayarkan, daya saing harga, dan keselarasan pada fungsional. Menurut Pandangan Kotler dan Keller (2016:143) kualitas yakni kelengkapan fitur produk atau jasa yang punya kemampuan guna menyumbangkan kepuasan pada keperluan. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016) yakni reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Keluhan pelanggan Starbucks Reserve Dewata berfokus pada indikator reliabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik. Sumartini (2019), berkualitasnya pelayanan pada pelanggan oleh entitas bisnis lantas memicu tingginya rasa puas *customer*. Rulfiansah (2020) mengutarakan ketika harga murah dan kualitas yang di rasakan berfungsional nantinya memimbasi kepuasan *customer* yang tinggi.

Starbucks Reserve Dewata punya daya saing harga dimana harga yang ditawarkan jauh lebih tinggi dikomparasikan dengan gerai starbucks lainnya. Harga guna satuan produk minuman kopi Starbucks Reserve Dewata mulai dari Rp.40.000,- sampai dengan Rp.90.000,- sedangkan Starbucks lainnya menawarkan harga mulai dari Rp.20.000,- sampai dengan Rp.60.000,-. Harga itu jadi sulit dijangkau imbas *customer* bisa merasakan fungsional nantinya produk dan jasa yang sama di gerai Starbucks lainnya dengan harga yang jauh lebih murah. Hal ini jadi penyebab beberapa *customer* yang mengunjungi Starbucks Reserve Dewata menyumbangkan keluhan. Berlandaskan teori yang sudah diuraikan diatas juga mengutarakan makin murah harga yang disumbangkan, lantas tingkat kepuasan pelanggan nantinya makin tinggi. Kualitas pelayanan yang disumbangkan Starbucks Reserve Dewata juga dikeluhkan oleh *customer*. Keluhan *customer* Starbucks Reserve Dewata berfokus pada indikator reliabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik. Reliabilitas yakni kemampuan guna menerapkan layanan yang bisa diandalkan dan akurat, namun *customer* Starbucks Reserve Dewata yang menyumbangkan keluhan mengutarakan minuman kopi yang diterima tidak selaras dengan pesanan, selain itu daya tanggap yang kurang imbas waktu pelayanan yang lama layaknya proses pemesanan dan meja *customer* yang tidak di bersihkan. Berlandaskan indikator bukti fisik, keluhan *customer* terkait kamar mandi yang kotor dan beberapa tempat yang punya bau tidak sedap.

Berlandaskan uraian latar belakang masalah riset diatas, bisa diinferensikan ada imbas dari variabel harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan riset yang diimplementasikan oleh Setiawati (2018) variabel Harga dan kualitas pelayanan dengan simultan berimbas positif dan bermakna pada kepuasan *customer*. Satriani (2018) yang mengutarakan harga dan kualitas pelayanan dengan simultan berimbas pada kepuasan *customer*. Pandangan Haryoko, dkk (2020) juga mengutarakan hal serupa variabel harga dan kualitas pelayanan berimbas positif pada kepuasan *customer*. Namun berbeda dengan riset yang diimplementasikan oleh Agung, dkk (2019) yang mengutarakan variabel harga tidak berimbas pada kepuasan *customer*. Serta pandangan riset yang diimplementasikan oleh Ratih (2018) kualitas pelayanan berimbas positif tetapi tidak bermakna pada kepuasan pelanggan.

Berlandaskan rumusan problematika, jadi riset ini menasar guna menguji (1) Imbas harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. (2) Imbas Harga pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. (3) Imbas kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. Impak riset ini diekspektasikan bisa diaplikasikan sebagai sarana guna memperdalam ilmu bidang manajemen pemasaran mengenai imbas harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan.

Metode

Riset ini bertujuan guna menguji imbas harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) pada kepuasan pelanggan (Y) pada Starbucks Reserve Dewata. Riset yang diaplikasikan yakni riset kuantitatif. Desain riset yang diaplikasikan dalam riset ini yakni desain riset kausal. Subjek riset dalam riset ini yakni pelanggan Starbucks Reserve Dewata yang mengunjungi dan berbelanja produk disana. Lantas harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi objek pada riset ini. Populasi pada riset ini yakni pelanggan yang mengunjungi dan berbelanja produk di Starbucks Reserve Dewata. Sampel dalam riset ini yakni pelanggan yang mengunjungi dan berbelanja produk pada Starbucks Reserve Dewata dua kali dalam setahun terakhir. Dalam riset ini, sampel yang diambil mengaplikasikan metode *non probability sampling* yakni dengan teknik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel yang *representative* pandangan Ferdinand (2006) yakni tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam riset ini mengaplikasikan 13 indikator, jadi responden yang diambil sebagai sampel minimal dalam riset ini yakni $5 \times 13 = 65$ dan maksimal sampel yang bisa diambil yakni $10 \times 13 = 130$. Pada riset ini mengaplikasikan

sampel yakni 130 responden guna menghindari kekurangan *response rate* ketika ada kuisisioner yang tidak valid. Cara peneliti menerapkan pengambilan sampel yakni dengan menyebarkan kuisisioner kepada *customer* Starbucks Reserve Dewata selaras dengan kriteria responden yang diteliti ditentukan. Lantas guna menentukan skor dari pilihan jawaban angket mengaplikasikan skala *likert*. Sugiyono (2018) skala *likert* yakni skala yang diaplikasikan guna menaksir sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Guna tiap opsi respon diberi skor, lantas responden mesti menggambarkan, memicu pernyataan (positif) atau tidak memicu pernyataan (negatif).

Penaksiran instrumen diimplementasikan agar bisa memenuhi ketepatan dan keakuratan statistik jadi menetapkan kualitas dari riset. Kuesioner yang diaplikasikan dalam riset ini mesti memenuhi dua persyaratan, yaitu uji reliabilitas dan uji validitas guna memperoleh kebenaran dan ketepatan statistik. Pertama uji validitas, uji ini diaplikasikan guna menaksir kevalidan kuesioner (Ghozali, 2013: 52). Kuesioner riset diutarakan valid ketika kuesioner itu bisa mengutarakan hal yang bisa ditaksir oleh kuesioner itu. Sebelum diaplikasikan sebagai alat menghimpun statistik mesti diuji cobakan dulu. Uji coba itu diimplementasikan pada responden diluar sampel. Pandangan Sugiyono (2007) instrumen diutarakan valid ketika koefisien keterikatan antara butir > 0.30 dengan tingkat kesalahan $\alpha 0.05$. Kriteria penaksiran yang bisa diuraikan yakni item instrumen diutarakan valid ketika $p\text{-value} < \alpha 0.05$ dan item instrumen diutarakan tidak valid ketika $p\text{-value} > \alpha 0.05$.

Tabel 1.

Uji Validitas Sampel Besar

| Variabel | Item pernyataan | Ryx | p-value | Alpha (α) | Keputusan |
|------------------------------|-----------------|-------|---------|--------------------|-----------|
| Harga (X_1) | 1 | 0,718 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 2 | 0,542 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 3 | 0,802 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 4 | 0,764 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (X_2) | 1 | 0,661 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 2 | 0,694 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 3 | 0,651 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 4 | 0,548 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 5 | 0,688 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 1 | 0,746 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 2 | 0,765 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 3 | 0,758 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | 4 | 0,698 | 0,000 | 0,05 | Valid |

Melalui dampak uji validitas sampel besar diatas bisa dilihat perbandingan antara taksiran $p\text{-value} < \alpha$ (α) 0,05 jadi bisa diinferensikan semua item kuesioner itu valid, lantas variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yakni valid.

Setelahnya, uji reliabilitas, Ghozali (2009) mengutarakan reliabilitas yakni alat guna menaksir angket yang mana indikator pada kuisisioner. Reliabelnya kuisisioner diutarakan jika terjadi kekonsistenan respon seseorang. Uji ini dilakukan dengan program SPSS, adapun kriteria reliabelnya yakni, Reliabel ketika $r\text{-alpha}$ positif dan $> r\text{-tabel}$. Tidak reliabel ketika $r\text{-alpha}$ negatif dan $<$ dari $r\text{-tabel}$. Reliabel ketika taksiran *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Tidak reliabel ketika taksiran *Cronbach's Alpha* $< 0,6$.

Tabel 2.

Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Reliabilitas (r) | Keputusan |
|------------------------------|------------------|------------------|-----------|
| Harga (X_1) | 0,726 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan (X_2) | 0,669 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,655 | 0,60 | Reliabel |

Berlandaskan dampak uji reliabilitas sampel besar pada tabel 3.5 mengutarakan taksiran *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. lantas bisa diinferensikan seluruh instrumen pernyataan variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yakni reliabel.

Teknik analisis data mengaplikasikan analisis regresi linier berganda berupa model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda diimplementasikan guna mengidentifikasi imbas variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis ini diaplikasikan guna mengidentifikasi ada atau tidak imbas bermakna antara dua variabel independen yakni harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) pada variabel dependen yakni kepuasan pelanggan (Y) pada Starbucks Reserve Dewata. Metode pengolahan data dalam riset ini mengaplikasikan SPSS *for windows*.

Tahapan pertama pelaksanaan analisis pada riset ini melalui uji anggapan klasik. Uji anggapan klasik ini yakni uji prasyarat yang diimplementasikan sebelum menerapkan analisis lebih lanjut pada statistik yang sudah dikumpulkan. Ghozali (2018:159) mengutarakan mesti diimplementasikan penaksiran asumsi klasik yakni, uji normalitas, pengujian statistik guna menaksir dan menilai apakah dalam model regresi, statistik, ataupun variabel menyandang distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2013). Riset ini menerapkan uji ini dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan diklasifikasikan normal jika signifikansi $>0,05$. Dasar dalam pengambilan keputusan pandangan Ghozali (2013) bisa dijabarkan yakni. Jika titik menyebar pada seputar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram dengan memperlihatkan pola distribusi normal bisa diinferensikan yang mana model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika titik menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogram dengan tidak memperlihatkan pola distribusi normal bisa diinferensikan yang mana model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Setelahnya, Uji Multikolinieritas bersasaran guna menguji keberadaan keterikatan antar variabel X, yang mana situasi yang positif ketika tidak ada keterikatan yang mana ketika variabel X saling berketerikatan, lantas variabel-variabel ini tidak orthogonal yakni variabel bebas yang taksiran keterikatan antar variabel = nol. Keberadaan gejala multikolinieritas lewat taksiran VIF dan *Tolerance* yang mana $VIF < 10,00$ dan taksiran *Tolerance* $> 0,10$ (Ghozali, 2018:107).

Uji heteroskedastisitas diaplikasikan guna menaksir terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu peninjauan kepeninjauan yang lain. Ketika varian satu peninjauan ke peninjauan lain konstan diistilahkan dengan homoskedastisitas dan ketika berbeda diistilahkan heteroskedastisitas. Model regresi yang positif yakni yang sifatnya homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas, guna menaksir terjadi heteroskedastisitas bisa diimplementasikan dengan menampaki *scatter plot* antara taksiran variabel Y dengan residual. Acuan penentuan ketetapan yang terkait dengan *scatterplot* yakni (Ghozali, 2018:137-138). Ada heteroskedastisitas ketika ada pola tertentu, yakni ketika titik-titiknya berpola tertentu dan teratur. Tidak ada heteroskedastisitas ketika tidak ada pola yang jelas.

Analisis regresi linier berganda diimplementasikan guna mengetahui arah dan besar imbas variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi (R^2) diaplikasikan guna menaksir jauh kemampuan model guna menerangkan variasi variabel independen. taksiran koefisien determinasi yakni antara nol dan satu. taksiran R^2 yang kecil yang mana kemampuan variabel-variabel independen dalam mengutarakan variasi variabel dependen sangat terbatas. Pandangan Ghozali (2013) taksiran yang dekat satu berarti variabel-variabel independennya menyumbangkan hampir semua keterangan yang diperlukan guna memprediksi variabel-variabel dependen. Ketika taksiran R^2 dekat dengan angka satu 1, lantas bisa diutarakan variabel Y diutarakan dengan positif oleh variabel X dan berlaku kebalikan saat dekat angka nol. Pada riset ini R^2 mengutarakan imbas dari harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan.

Riset ini juga mengaplikasikan penaksiran hipotesis. Penaksiran hipotesis diimplementasikan guna mengetahui pada riset ini ada atau tidaknya imbas bermakna antara variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) pada variabel terikat (kepuasan pelanggan) positif dengan simultan (uji F) dan dengan parsial (uji t).

Hasil dan Pembahasan

Hasil uji validitas sampel besar bisa tampak punya perbandingan antara taksiran *p-value* $< \alpha$ (α) 0,05 sehingga bisa diinferensikan semua item kuesioner tersebut valid, jadi variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yakni valid. Berlandaskan dampak uji reliabilitas sampel besar mengutarakan taksiran *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. jadi bisa diinferensikan seluruh instrumen pernyataan variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yakni reliabel.

Dari dampak uji normalitas, statistik yang menyebar dengan normal mengindikasikan model regresi positif yang dideteksi lewat tersebar titik pada grafik. Berlandaskan pada pengujian bisa dilihat statistik tersebar disekitar garis diagonal dan juga ikut kepada arah garis diagonalnya. Hal ini selaras dengan ketentuan dalam pengambilan ketetapan penaksiran normalitas, jadi mengutarakan statistik berdistribusi normal. Uji multikolinieritas, Berlandaskan hasil penaksiran seluruh variabel punya taksiran *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$ yang mana bisa diinferensikan tidak ada multikolinieritas. dan heteroskedastisitas Berlandaskan dampak penaksiran titik tersebar beracak di bawah angka 0 pada sumbu Y yang diinferensikan tidak ada heteroskedastisitas. mengutarakan data berdistribusi normal serta tidak ditemukan gejala

multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Berlandaskan impact uji asumsi klasik tersebut data dinyatakan layak guna diuji lebih lanjut pada uji hipotesis.

Berikut yakni impact uji regresi linier berganda yang mengutarakan imbas harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada Starbucks Reserve Dewata dengan bantuan SPSS 20.0 for windows.

Tabel 3.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | Standardized coefficients beta | t | Sig. |
|-------|--------------------|----------------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized coefficients B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | .023 | 1.243 | | .018 | .986 |
| | Harga | .252 | .084 | .227 | 2.996 | .003 |
| | Kualitas pelayanan | .578 | .074 | .593 | 7.846 | .000 |

Berlandaskan tabel 1 didapat α yakni 0,023; β_1 yakni 0,252; β_2 yakni 0,578; ε yakni 0,422. Jadi persamaan regresinya yakni.

$$Y = 0,023 + 0,252X_1 + 0,578X_2 + 0,422\varepsilon \quad (1)$$

Pengutaraan impact analisis regresi linier berganda yakni. (1) $\alpha = 0,023$ berarti ketika variabel X_1 dan X_2 taksirannya = nol, jadi variabel Y yakni 0,023 (2) $\beta_1 = 0,252$ berimbasi positif pada kepuasan pelanggan (Y) berarti tiap kenaikan harga (X_1) satu satuan jadi taksiran kepuasan pelanggan (Y) nantinya naik yakni 0,252 dengan anggapan variabel X lain konsisten. (3) $\beta_2 = 0,578$ berimbasi positif pada kepuasan pelanggan (Y) berarti tiap kenaikan kualitas pelayanan (X_2) satu satuan jadi taksiran kepuasan pelanggan (Y) nantinya mengalami kenaikan yakni 0,578 dengan anggapan variabel X lain konsisten. (4) $\varepsilon = 0,422$ dengan anggapan ada variabel lain yang memimbasi kepuasan pelanggan selain yang digunakan.

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .760 ^a | .578 | .571 | 1.35801 |

Berlandaskan tabel 2, R^2 yakni 0,578 yang mengutarakan imbas variabel X pada Y yakni 57,8 persen. Lantas sisanya yakni 0,422 diimbasi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier, namun bisa dicari dengan rumus $e = \sqrt{1-0,578} = 0,422$.

Tabel 5.
Uji Hipotesis secara Simultan

| Model | | ANOVA ^a | | | | Sig. |
|-------|------------|--------------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | |
| 1 | Regression | 320.318 | 2 | 160.159 | 86.845 | .000 ^b |
| | Residual | 234.213 | 127 | 1.844 | | |
| | Total | 554.531 | 129 | | | |

Hipotesis riset pertama "Ada imbas simultan dari harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan". Berlandaskan impact uji regresi linier berganda menunjukkan impact $R_{YX_1X_2} = 0,760$ dengan F_{hitung} (86,845) lebih besar dari F_{tabel} (3,07) dan $p-value$ (sig) $0,000 < 0,05$, yang mengutarakan menolak H_0 yang bermakna ada imbas bermakna dengan simultan antara variabel harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata.

Tabel 6.
Uji Hipotesis secara parsial

| Model | | Coefficients ^a | | Correlations | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|---------------------------|------|--------------|---------|------|-------------------------|-------|
| | | t | Sig. | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .018 | .986 | | | | | |
| | X1 | 2.996 | .003 | .611 | .257 | .173 | .581 | 1.720 |
| | X2 | 7.846 | .000 | .740 | .571 | .452 | .581 | 1.720 |

Hipotesis riset kedua “Ada imbas dari harga pada kepuasan pelanggan” Berlandaskan dampak uji regresi berganda di atas menunjukkan dampak $P_{yx_1} = 0,257$ dengan $t_{hitung} 2,996 > t_{tabel} 1,979$ dan $p-value 0,003 < 0,05$, taksiran signifikansi ini $>$ probabilitas $0,05$, jadi menolak H_0 . taksiran t positif mengutarakan variabel harga punya relasi yang searah dengan kepuasan pelanggan. Jadi bisa diinferensikan variabel harga berimbas dengan parsial berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata.

Hipotesis riset ketiga “Ada imbas dari kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan”. Berlandaskan rekapan dampak uji regresi berganda menunjukkan dampak $P_{yx_2} = 0,571$ dengan $t_{hitung} 7,846$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,979$ dan $p-value 0,000 < 0,05$, yang mengutarakan menolak H_0 yang bermakna ada imbas positif dan bermakna dari variabel X_2 pada variabel Y . Hal ini bisa diinferensikan hipotesis ketiga riset ini diterima, sehingga variabel kualitas pelayanan dengan parsial berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata.

Hasil riset ini mengutarakan ada imbas positif dan bermakna harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. Harga dan kualitas pelayanan punya peranan penting dalam memimbasi kepuasan pelanggan. Harga yang ditawarkan suatu perusahaan harus selaras dengan benefit yang diterima pelanggan. Berlandaskan teori Irawan (2015:37) faktor-faktor pemicu kepuasan pelanggan yakni kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, biaya, dan efisiensi. Dalam menentukan harga barang atau jasa, perusahaan harus memperhatikan manfaat dari jasa yang diterima oleh pelanggan apakah selaras dengan harapan pelanggan. Ketika harga murah dan kualitas yang dirasakan berkontribusi nantinya memimbasi kepuasan *customer* yang tinggi. Dampak ini sejalan dengan riset yang diimplementasikan oleh Susanti (2019) mengutarakan ada imbas yang bermakna antara kualitas pelayanan dan harga dengan simultan pada kepuasan pelanggan.

Hasil riset ini mengutarakan ada imbas positif dan bermakna harga pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. Harga punya peranan penting dalam memimbasi kepuasan pelanggan dan erat kaitannya dalam menaikkan kepuasan pelanggan. Pada umumnya pelanggan mengaplikasikan harga sebagai salah satu pertimbangan guna menentukan tingkat kepuasan. Menurut Amrita (2020) baiknya harga selaras dengan kepuasan pelanggan. Begitupun pada Starbucks Reserve Dewata sehingga muncul keselarasan harga dengan benefitnya. Starbucks berbeda pada umumnya dan lebih premium. Harga yang ditawarkan Starbucks Reserve Dewata guna satuan produk pihaknya relatif lebih tinggi ketika dikomparasikan dengan gerai Starbucks lainnya. Harga guna satuan produk minuman kopi Starbucks Reserve Dewata mulai dari Rp.40.000,- Rp.90.000,- sedangkan Starbucks lainnya menawarkan harga dari Rp.20.000,- Rp.60.000,-. Sebagian *customer* Starbucks Reserve Dewata harga itu sulit guna dijangkau, namun Starbucks Reserve Dewata mampu memicu *customer* merasakan puas imbas di dukung oleh keselarasan harga dengan fungsionalnya. Starbucks ini berbeda dengan yang lain serta menjadi yang terbesar di Asia Tenggara.

Berlandaskan respon *customer* terkait Starbucks Reserve Dewata yang mengutarakan harga yang ditawarkan Starbucks Reserve Dewata lebih tinggi ketika dikomparasikan dengan gerai Starbucks lainnya, namun *customer* peroleh pengalaman meminum kopi yang berbeda dikomparasikan dengan gerai Starbucks lainnya layaknya keberadaan fasilitas *media room* dan *interactive room* dimana *customer* bisa menyaksikan dengan langsung bagaimana perkembangan dari biji kopi yang diaplikasikan Starbucks Reserve Dewata. *Customer* juga mengutarakan bangunan Starbucks Reserve Dewata di desain nyaman mungkin jadi *customer* nyaman dalam menghabiskan waktu di Starbucks Reserve Dewata. Jadi harga yang ditawarkan selaras dengan fungsional yang dirasakan. Penelitian ini sejalan dengan teori oleh Naryono (2020) mengutarakan makin baik harga yang diberikan jadi makin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Ratih (2018) juga mengutarakan hal serupa yakni harga berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.

Hasil riset ini mengutarakan adanya imbas positif dan bermakna kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata. Kualitas pelayanan punya kaitan yang erat dalam memimbasi kepuasan pelanggan. Kualitas dalam pelayanan yang diberikan bisa membangun kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas pelayanan yakni kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang punya kemampuan guna menyumbangkan kepuasan pada suatu kebutuhan. Starbucks Reserve Dewata menyumbangkan kualitas pelayanan yang bermutu. Barista Starbucks Reserve Dewata punya pengetahuan dan kemampuan yang baik guna menjamin mutu dari kualitas pelayanan yang diberikan. Barista Starbucks Reserve Dewata juga melayani dengan ramah dan menyumbangkan perhatian individual pada pelanggan. Fasilitas pada Starbucks Reserve Dewata antara lain, adanya *coffee mini garden*, *media room*, dan *interactive room*. Pelanggan bisa menyaksikan dengan langsung kebun kopi, perjalanan

sebuah kopi serta mempelajari proses pembibitan, panen, dan pengolahannya. Selain fasilitas yang menjadi daya tarik, ada *souvenirs* yang memperlihatkan ciri khas Bali seperti pulpen yang bertuliskan dewata, gantungan kunci, buku catatan dengan gambar barong, *tumbler* dan lain-lain.

Menurut Fahmi (2012) kualitas pelayanan mendorong kenaikan kepuasan *customer*, kualitas layanan punya relasi yang positif dengan kepuasan *customer*, kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan *customer* yang tinggi pula. Hal ini sejalan dengan riset oleh Indra, dkk (2019) yang mengutarakan kualitas pelayanan berimbas dengan bermakna pada kepuasan pelanggan.

Simpulan dan Saran

Riset ini di latar belakang oleh kompetisi yang tinggi antar pelaku usaha kedai kopi dan keberadaan keluhan *customer* Starbucks Reserve Dewata terkait harga dan kualitas pelayanan selama lima bulan terakhir dalam Google Ulasan Starbucks Reserve Dewata, periode bulan Juni 2022 sampai Oktober 2022. Riset ini bersasaran guna menaksir imbas : (1) harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata, (2) harga pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata, dan (3) kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Starbucks Reserve Dewata.

Desain riset yang diaplikasikan dalam riset ini yakni desain riset kuantitatif kausal. Objek dalam riset ini yaitu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Subjek dalam riset ini yakni *customer* Starbucks Reserve Dewata dengan jumlah responden 130 orang dengan mengaplikasikan teknik *purposive sampling*. Statistik dikumpulkan dengan teknik kuesioner lantas dianalisis dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil riset yang disandang mengutarakan dampak $R_{YX_1X_2} = 0,760$ dengan dengan $F_{hitung} (86,845) >$ dari $F_{tabel} (3,07)$ dan $p-value$ $0,000 < 0,05$, yang mengutarakan menolak H_0 , lantas X_1 dan X_2 dengan simultan berimbas positif dan bermakna pada Y . Dampak $P_{YX_1} = 0,257$ dengan $t_{hitung} 2,996 >$ dari $t_{tabel} 1,979$ dan $p-value$ $0,003 < 0,05$, lantas menolak H_0 . Jadi bisa diinferensikan variabel harga dengan parsial berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan. Dampak $P_{YX_2} = 0,571$ dengan $t_{hitung} 7,846 >$ dari $t_{tabel} 1,979$ dan $p-value$ $0,000 < 0,05$, yang mengutarakan menolak H_0 yang berarti kualitas pelayanan dengan parsial berimbas positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan pada kepuasan pelanggan.

Berlandaskan dampak dan pengutaraan yang sudah diimplementasikan, jadi bisa ditarik beberapa simpulan yakni, Harga dan kualitas pelayanan berimbas positif dan bermakna dengan simultan pada kepuasan pelanggan. Jadi diuraikan makin baik harga dan kualitas pelayanan yang diberikan jadi makin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Harga berimbas positif dan bermakna dengan parsial pada kepuasan pelanggan pada Starbucks Reserve Dewata. Hal ini mengutarakan makin baik dan selaras harga yang ditawarkan jadi nantinya makin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. X_2 berimbas positif dan bermakna dengan parsial terhadap variabel Y pada Starbucks Reserve Dewata. Hal ini mengutarakan makin baik kualitas pelayanan yang diberikan jadi nantinya makin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Bagi pihak Starbucks Reserve Dewata, diekspektasikan guna menaikkan kepuasan pelanggan dengan berfokus pada harga dan kualitas pelayanannya. Dampak riset ini membuktikan harga *customer* yang tinggi dengan diimbangi dengan keselarasan fungsional bisa memimbasi kepuasan pelanggan. Entitas bisnis bisa menerapkan strategi guna menaikkan fungsional yang selaras dengan ekspektasi *customer* jadi sepadan dengan taksiran yang ditukarkan. Kualitas pelayanan juga perlu ditingkatkan dengan menyumbangkan kesediaan guna membantu *customer* dan menyumbangkan layanan yang cepat serta kesopanan dan kemampuan dalam menjamin mutu. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik guna mengkaji variabel yang serupa yaitu harga dan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan diekspektasikan guna mengembangkan riset ini dengan mengaplikasikan populasi dan sampel yang lebih luas agar dampak riset lebih teruji keandalannya, disamping itu juga diekspektasikan guna menaksir variabel lain yang diduga bisa memimbasi kepuasan pelanggan serta mengaplikasikan teknik analisis statistik yang lain agar bisa menambah ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen pemasaran.

Daftar Rujukan

Amrita, A. & Naryono, E. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UKM Ms Bakery Karang Tengah Cibadak. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(1). 66-82.

- Andalusi, R. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan instrumen penunjang laboratorium (Studi kasus pada PT. Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*. 1(2). 305-322. <https://doi.org/10.33753/madani.v1i2.16>
- Fahmi, F. (2012). Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko buku Gramedia Lembuswana di Samarinda. [Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Mulawarman]
- Ferdinand, Augusty. (2006). Metode penelitian manajemen pedoman penelitian untuk penulisan *skripsi, tesis* dan disertasi ilmu manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryoko, U. B. & Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Firman Dekorasi (wedding organizer). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2(1). 1-17. <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>
- Indra, D., Regita, & Purba, J. T. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan, harga, dan customer value terhadap kepuasan pelanggan transportasi online bagi kaum milenial. *Journal of Accounting and Management Innovation*. 3(1), 14-31.
- Irawan, H. 2015. *Sepuluh prinsip kepuasan pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhalindo.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Erlangga.
- Kresnamurti, A. & Febrilia, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Riset Sains Indonesia*. 10(1), 204-225.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*. 4(4).
- Mahmudan, Ali. (2022). "Konsumsi kopi di Indonesia". Tersedia pada <https://dataindonesia.id/sektor-rail/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>. (diakses tanggal 22 November 2022).
- Mandasari, I. C. S., & Sumartini, A. R. (2019). Peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas (Studi pada pengguna aplikasi Grab di kota Denpasar). *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*. 3(1), 24-30.
- Rufliansah, F. F. & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 9(4), 389-401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Satriani, M. (2018). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jambi*. [Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi].
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojokerto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. 1(2), 285-298. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.316>
- Starbucks Reserve Dewata Ulasan (2022). Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Tersedia pada <https://dewata.starbucks.co.id/> (diakses tanggal 23 November 2022).
- Sugiyono. (2007). *Metodologi penelitian bisnis*. Edisi X. CV Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanti, S. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Coffee RR Pekanbaru*. [Skripsi, Fakultas Ekonomi, Manajemen, Universitas Islam Riau, Pekanbaru].
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction*. Edisi 3. Andi.