



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
KONSUMEN *COFFEE SHOP* KAGANGA  
MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Siti Sarah Said Tiro**

**1802025141**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAPKEPUASAN KONSUMEN PADA  
KONSUMEN *COFFEE SHOP* KAGANGA  
MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Siti Sarah Said Tiro**

**1802025141**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Serjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan Judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN COFFEE SHOP KAGANGA DI KOTA MAKASSAR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA.

Jakarta, 02 Februari 2023  
Yang menyatakan



Siti Sarah Said Tiro  
1802025141

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

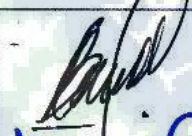
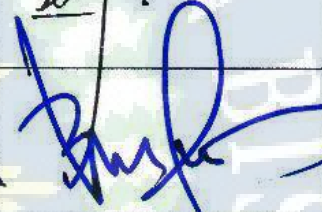
**JUDUL** : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN COFFEE SHOP KAGANGA DI KOTA MAKASSAR**

**NAMA** : **SITI SARAH SAID TIRO**

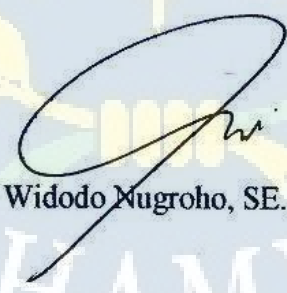
**NIM** : **1802025141**

**PROGRAM STUDI** : **MANAJEMEN**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM	
Pembimbing II	Emaridal Ulza, SE., MA	

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

  
Arif Widodo Nugroho, SE., MM.



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN COFFEE SHOP  
KAGANGA DI KOTA MAKASSAR**

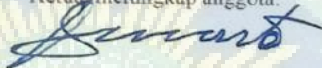
Yang disusun oleh:  
Siti Sarah Said Tiro  
1802025141

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.  
DR. HAMKA

Pada tanggal: 8 Februari 2023

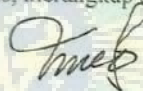
Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota:



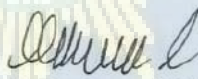
( Dr. Sunarta, S.E., MM )

Sekretaris, merangkap anggota:



(Nur Hadiyazid Rachman, S.Si.,M.M)

Anggota





(Herwin Kurniawan, S.E.,M.M)

Mengetahui

Ketua program studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

  
Arif Widodo Nugroho, SE., MM.

  
Dr. Zulpahmi, S.E.(N.Si.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Sarah Said Tiro

Nim 1802025141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Coffee Shop Kaganga Makassar. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Januari 2023

Yang menyatakan



Siti Sarah Said Tiro

## ABSTRAK

Siti Sarah Said Tiro (1802025141)

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Kaganga di Kota Makassar (dibimbing oleh Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM dan Emaridal Ulza, SE., MA)**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.*

*Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Kaganga di Kota Makassar. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang datang pada Coffee Shop Kaganga selama dua bulan yang berjumlah 127 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS 2022*. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial atau uji t, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

**Siti Sarah Said Tiro (1802025141)**

***The effect of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction (Study on Coffee Shop Kaganga in Makassar City) )(guided by Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM and Emaridal Ulza, SE., MA)***

*Thesis. Undergraduate Program in Management Studies Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.*

*Keywords: Quality of Service, Price, Consumers satisfaction*

*This study aims to find out and analyze the effect of service quality and price affect consumer satisfaction in the Coffee Shop Kaganga in Makassar City. The populasion in this study were consumers who came to the Coffee Shop Kaganga for two month that is, which amounts to 127 respondent. The sampling method used is accidental sampling. The hypothesis test was conducted by using multiple linear regressions with SPSS 2022 software. Based on the result of the partial or t test. Variable service quality have not significant effect on cunsumer satisfaction while variable price have a positive and significant effect on consumer.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum waruhmatullah wabarakatuh.*

Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kaganga (Studi pada “Coffee Shop” di Kota Makassar)”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen. Konsentrasi Manajemen Pemasaran Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA.
4. Bapak M. Nurrasyidin, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan, S.E, M.M Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Tohirin, SH.I., M.Pd.I. selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Arif Widodo Nugroho, S.E.,MM M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
8. Bapak Sunarta S.E M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah menyediakan waktu untuk memberikan arahan akademik.
9. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan, dan koreksi kepada penulis

dalam menyusun skripsi.

10. Bapak Emaridal Ulza, SE., MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
11. Seluruh Pimpinan dan Dosen yang telah memberi bekal ilmu yang berguna selama peneliti belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
12. Bapak Said dan Ibu Sriyati selaku kedua orang tua saya, dan Bapak Bayu selaku orang tua sambung yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan yang tiada hentinya untuk penulis hingga penulisan skripsi ini selesai. Dan tidak lupa untuk ketiga saudara yang tiada henti memberikan motivasi kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan khususnya dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

*Wassalamualaikum wr. Wb*

Jakarta, Januari 2023



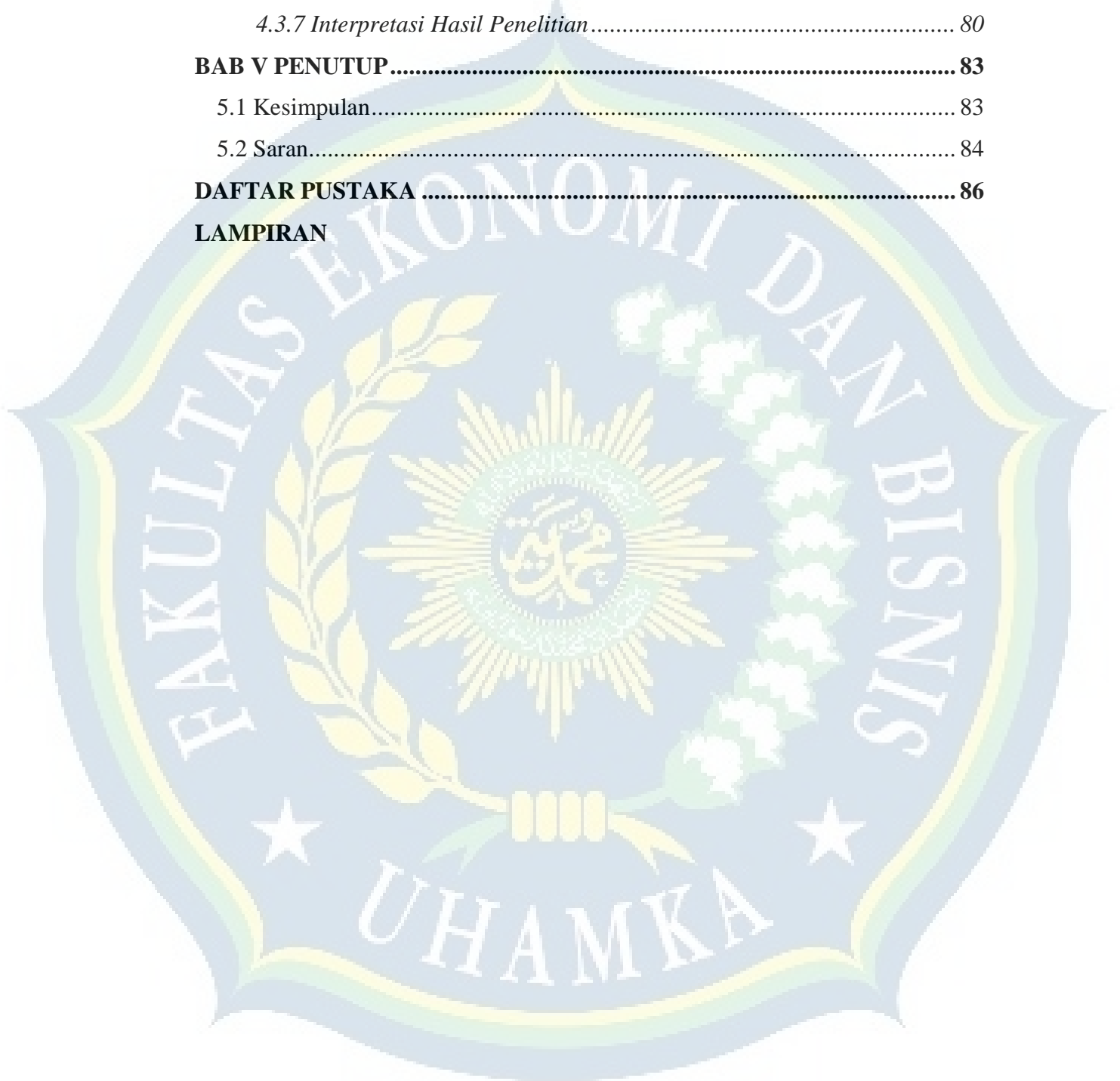
Siti Sarah Said Tiro

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINILITAS .....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	9
1.2.3 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Telaah Pustaka.....	22
2.2.1 <i>Pengertian Pemasaran</i> .....	22
2.2.2 <i>Pengertian Tujuan Pemasaran</i> .....	23
2.2.3 <i>Pengertian Konsep Pemasaran</i> .....	24
2.2.4 <i>Pengertian Kualitas Pelayanan</i> .....	25
2.2.5 <i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i> .....	26

2.2.6	<i>Pengertian Harga</i> .....	29
2.2.7	<i>Pengertian Kepuasan Konsumen</i> .....	30
2.2.8	<i>Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen</i> .....	32
2.3	<i>Kerangka Pikir Atau Kerangka Konseptual</i> .....	33
2.3.1	<i>Kerangka Pikir</i> .....	33
2.3.2	<i>Kerangka Teoritis</i> .....	36
2.3.3	<i>Rumusan Hipotesis</i> .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		<b>39</b>
3.1	<i>Metode Penelitian</i> .....	39
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	40
3.2.1	<i>Definisi Operasionalisasi Variable Penelitian</i> .....	44
3.3	<i>Populasi Dan Sampel</i> .....	45
3.3.1	<i>Populasi</i> .....	45
3.3.2	<i>Sampel</i> .....	45
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	47
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	47
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	47
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i> .....	48
3.5.1	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	48
3.5.2	<i>Analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</i> .....	54
3.5.3	<i>Uji Hipotesis</i> .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>58</b>
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i> .....	58
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i> .....	58
4.1.2	<i>Sejarah Singkat Coffee shop Kaganga</i> .....	58
4.2	<i>Hasil Pengolahan Data dan Bahasan</i> .....	59
4.2.1	<i>Identitas Responden</i> .....	59
4.2.2	<i>Analisis Per Variabel</i> .....	62
4.3	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	69
4.3.1	<i>Uji Validitas</i> .....	69
4.3.2	<i>Uji Reabilitas</i> .....	71

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....	73
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	77
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R).....	79
4.3.7 Interpretasi Hasil Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	12
2.	Operasional Variabel.....	39
3.	Skor Skala Likert .....	49
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
7.	Jawaban Responden pada instrument Variabel X1 .....	67
8.	Jawaban Responden pada instrument Variabel X2.....	70
9.	Jawaban Responden pada instrument Variabel Y .....	72
10.	Uji Validitas setiap Variabel.....	75
11.	Hasil Uji Reabilitas .....	76
12.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
13.	Hasil Uji Normalitas .....	79
14.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	81
15.	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	82
16.	Hasil Uji Statistik t.....	83
17.	Hasil Uji Statistik f.....	85
18.	Uji Koefisien Determinasi.....	86

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Gambar 1 Grafik Perkembangan Coffee.....	4
2.	Gambar 2 Kerangka Konseptual.....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Lampiran 1 Kuesioner .....	1/20
2.	Lampiran 2 tabulasi Kuesioner .....	5/20
3.	Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	12/20
4.	Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	13/20
5.	Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	14/20
6.	Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	14/20
7.	Lampiran 7 Hasil Uji Multikoleritas .....	15/20
8.	Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	15/19
9.	Lampiran 9 Hasil Uji Statistik T.....	14/20
10.	Lampiran 10 Hasil Uji Statistik F.....	16/20
11.	Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	16/20
12.	Lampiran 12 Surat Tugas .....	17/20
13.	Lampiran 13 Catatan Konsultasi Pembimbing 1 .....	18/20
14.	Lampiran 14 Catatan Konsultasi Pembimbing 2 .....	19/20
15.	Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	20/20

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak yang cukup penting terutama bagi para pesaing dalam dunia usaha saat ini. Semakin banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan lambat laun akan memberikan dampak bagi para konsumen untuk semakin selektif dalam menentukan pilihan.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya suatu usaha dibidang jasa, salah satunya adalah bagaimana pihak pendiri usaha mampu memberikan perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan yang menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen, dengan memberikan kepuasan melalui kinerja pelayanan yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Menyadari pentingnya nilai sebuah pelayanan, membuat perusahaan harus mengembangkan bisnis pada manajemen hubungan konsumen yang baik. Setiap kegiatan perusahaan tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan, mengingat pentingnya kualitas pelayanan untuk memikat lebih banyak konsumen dan

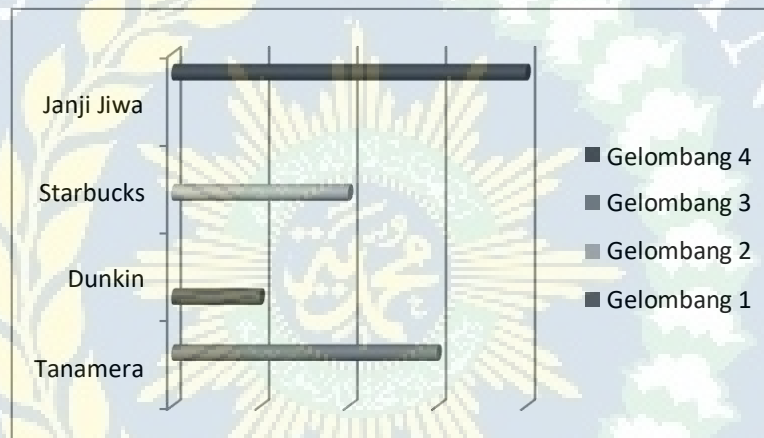
mempertahankan konsumen yang ada. Pihak pendiri usaha dituntut untuk menciptakan strategi dan keunggulan yang khusus dan berbeda dibandingkan dengan pesaing yang ada. Kualitas pelayanan itu sendiri merupakan upaya dalam pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampainnya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan ini dirasakan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan karena berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen. Jika konsumen tidak dapat terpuaskan akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya konsumen.

Kepuasan konsumen adalah respon yang dirasakan konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Jadi, meningkatnya kepuasan konsumen tidak hanya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik, tetapi harga juga merupakan faktor meningkatnya kepuasan konsumen dan meningkatnya penjualan dalam perusahaan karena harga merupakan suatu nilai yang telah dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu produk atau barang.

Dalam menjalankan bisnis pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen, karena para konsumen juga cenderung memperhatikan kualitas pelayanan dan harga produk. Maka dari itu pelaku usaha harus menciptakan kepuasan konsumen dengan cara mengetahui faktor–faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanannya dan harga yang ditawarkan, baik sebelum ataupun sesudah melakukan transaksi agar dapat melakukan inovasi dan perbaikan yang diharapkan dan dapat bersaing dengan *Coffee shop* lainnya.



Untuk menunjang pencapaian kepuasan konsumen, pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus benar-benar diperhatikan mulai dari persiapan kerja para karyawan dan beberapa aspek penting. Harga yang diberikan pun harus diperhatikan, yaitu dengan menyesuaikan harga agar terjangkau oleh daya beli konsumen dan adanya potongan harga dalam pembelian tertentu. Mengingat pelayanan dan penetapan harga yang diberikan adalah salah satu faktor utama keberhasilan operasional bisnis disamping aspek-aspek lainnya. Oleh sebab itu, bisnis yang sukses berarti suksesnya pelayanan dan harga yang ditetapkan.



**Gambar 1**

### **Perkembangan Coffee di Indonesia**

(Sumber: Data Diolah)

Menurut laporan Mix dan Toffin, saat ini Indonesia tengah berada di Gelombang Keempat bisnis *Coffee shop* (dimulai dari 2016), dimana pada gelombang ini ukuran market besar dan banyak pelanggan kopi akibat munculnya kopi RTD sekelas kopi buatan Cafe yang diperkenalkan oleh bisnis Coffee To Go semacam Janji Jiwa atau biasa kita sebut kopi kekinian. Kemudian, muncul kopi artisan di Gelombang Ketiga (dimulai 2013) di mana antusiasme bisnis kopi

dan penikmat kopi mulai meluas dari sekedar minum kopi menjadi memperhatikan proses kopi. Salah satunya ditandai dengan kehadiran *coffee shop* yang juga mengelola *roastery* atau penyangrai kopi seperti Tanamera (2013). Di Gelombang Kedua (dimulai 2001) dimana aktivitas minum kopi memengaruhi kebutuhan emosional ditandai dengan kemunculan *franchise coffee shop* seperti Coffee Bean (2001) dan Starbucks (2002). Sementara pada Gelombang Pertama (dimulai 1985) kopi RTD disediakan oleh warung kopi tradisional dan *Coffee shop* modern seperti Dunkin Donut. Selain itu, kopi sachet juga populer pada gelombang ini yang dikuasai oleh empat jenama raksasa yakni Kapal Api (1927), Kopi ABC (1985), Nescafe (1971), dan Torabika (1977). Gelombang-gelombang ini juga sedikit banyak menunjukkan jenis konsumen kopi di Indonesia. Ada yang serius, ada yang demi *lifestyle*, dan ada juga yang cukup puas dengan kopi instant dibeli dari penjual kopi keliling.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Jessica Ordella Kristianto (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe One Eighteenth Coffee*, menyatakan fenomena pada *café one eighteenth* yaitu meningkatnya mobilitas dan gaya hidup masyarakat kota mengantarkan pada pemikiran yang modern sehingga *coffee shop* ini mendapat pengaruh yang besar di berbagai tempat dan menjangkau banyak kalangan sehingga dapat memicu peningkatan kopi di tempat tersebut maupun di tempat lainnya. Dipenelitian tersebut terdapat saran yaitu Kualitas layanan yang dimiliki oleh *cafe One Eighteenth Coffee* masih perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan pada beberapa dimensi seperti *emphaty* yaitu karyawan *cafe One*

*Eighteenth Coffee* dapat lebih memperhatikan lagi apa yang menjadi kebutuhan dari para pelanggan. Selain dimensi *emphaty*, dimensi *responsiveness* juga masih perlu diperbaiki, seperti karyawan memberikan informasi mengenai kepastian waktu penyajian pesanan pelanggan. Agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka sebaiknya *cafe One Eighteenth Coffee* menyediakan sarana baik secara lisan maupun tulisan agar pelanggan dapat menyampaikan keluhan, kritik, maupun saran bagi *cafe One Eighteenth Coffee*. Berbanding sebaliknya pada penelitian yang penulis lakukan di *Coffee Shop Kaganga Kota Makassar* contohnya seperti pada dimensi *Responsiveness*, dimana karyawan *coffee shop* tersebut memberikan informasi mengenai kepastian waktu penyajian pesanan pelanggan dan memberi system panggilan antrian pada pelanggan yang akan berbunyi apabila pesanan sudah selesai disajikan dan dapat diambil langsung oleh pelanggan. Dan pada *coffee shop kaganga* di sediakan sarana baik lisan maupun via tulisan agar pelanggan dapat menyampaikan keluhan, kritik, maupun saran bagi *Coffee Shop Kaganga*.

Dipenelitian lainnya yang dilakukan oleh A Mariansyah, A Syarif (2020) dengan Judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kelabu menyatakan hasil penelitian tersebut bahwa Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbanding terbalik dengan penelitian yang penulis lakukan yang menyatakan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen *Coffee Shop Kaganga*.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, lebih lanjut

dikemukakan bahwa terjadinya perbedaan hasil penelitian antara Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan (2019), E Asti dan E Ayuningtyas (2020), Riri Oktarini (2019), Hendy Tannady, Yohanes Totok Suyoto, Edi Purwanto, Adhika Ibnu Anugrah (2022), Abdul Gofur (2019), Agung Firatmadi (2017), Erni Setyowati, Wiyadi (2017), Dewa Gede Adi Adnyana, Ni Wayan Sri Suprapti (2018), Diapinsa gema zakaria, Suwitho (2017), A Mariansyah, A Syarif (2020), Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018), Dino Gustaf Leonandri, Rina Fitria (2021), Aris Budiono (2020), Raden Roro Ayu Metarini (2020), Intan Rosalia, Marsudi Lestariningsih (2021) mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dimana pelayanannya itu disesuaikan dan harga yang dibebankan sesuai dengan jenis kendaraan yang dimiliki. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Budiman Marpaung, dan Ani Mekaniwati (2020), Tyas Kurniawati, Bambang Irawan, Adi Prasodjo (2019), menemukan yang sebaliknya bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, alasannya mengapa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan apabila pemasar menaikkan harapan konsumen terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya.

Dengan melihat adanya beberapa perbedaan dari hasil penelitian diatas, membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali variabel mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, untuk membuktikan pernyataan hasil penelitian terdahulu. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi

persaingan saat ini yang terjadi pada tempat nongkrong seperti *Coffee shop* Kaganga, yang beberapa tahun ini sudah menjadi pemandangan sehari–hari yang semakin populer dikalangan para remaja tak terkecuali mahasiswa. Keanekaragaman tempat bersantai, fasilitas, suasana tempat, serta jenis makanan dan minuman yang ditawarkan dari segi tradisional hingga modern, mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam menentukan pilihan. Kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda–beda, dengan begitu menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis *Coffee shop*.

Hal inilah yang terjadi di era baru generasi *Coffee shop*, tidak bisa dipungkiri kehidupan pelajar di Kota Makassar tidak lepas dari kehidupan malamnya baik dari sekedar bersantai di warkop, *cafe*, tempat *hang out*, dan lain sebagainya yang semua membentuk menjadi satu komunitas dan menjadi perwujudan budaya modernisasi. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola *Coffee shop* Kaganga untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan dengan kompetitor–kompetitor lainnya.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di “*Coffee shop* Kaganga” yang berada di jalan Bougenville Kota Makassar, bisnis ini dapat dikatakan sebagai bisnis baru yang didirikan pada tahun 2018, namun tempat ini cukup terkenal di Kota Makassar sebagai tempat bersantai yang desain ruangnya lumayan modern dan kekinian yang membuat suasana *coffee shop* semakin nyaman, fasilitasnya pun terbilang lengkap seperti tempat live music, sofa dan wifi untuk pengunjung yang membawa laptop dan yang ingin mengakses internet secara gratis. *Coffee shop* ini terbilang cukup luas karna memiliki dua



tempat yaitu dalam ruangan yang berisi area room smoking dan non smoking area serta room outdoor yang selalu ramai di minati kalangan remaja hingga dewasa. Pengunjung pun bisa memilih untuk duduk didalam atau diluar yang langsung dapat melihat suasana jalanan disekitar *Coffee shop*.

Berdasarkan uraian latar belakang diuraikan di atas, maka dapat penulis mengambil sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen *Coffee shop* Kaganga”.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah-masalah berikut ini :

1. Adanya hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten, sehingga dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Adanya dampak yang mempengaruhi suatu penetapan harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Tingkat pelayanan di Coffe Shop Kagang Kota Makassar cenderung menurun ditunjukkan oleh hasil observasi awal pada beberapa konsumen.
4. Harga di Coffe Shop Kaganga Kota Makassar cenderung menaikkan harga perlahan.

5. Pihak pendiri usaha dituntut untuk menciptakan strategi dan keunggulan yang khusus dan berbeda dibandingkan dengan pesaing yang ada.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian melakukan pembatasan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Coffee shop* yang diteliti yaitu hanya *Coffee shop* Kaganga yang ada di Makassar sejak tahun 2018-sekarang.
2. *Coffee shop* yang diteliti tersebut adalah *coffee shop* pertama yang didirikan di Makassar dengan mengedepankan unsur local Makassar.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian pada latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee shop* Kaganga di Kota Makassar.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

##### **1. Manfaat Teoritis (Keilmuwan)**

Secara teknis manfaat dari hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi para pembaca untuk memahami ilmu manajemen khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan dengan teori kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

##### **2. Manfaat Praktis (Operasional/Guna laksana)**

###### **a. Manfaat bagi penulis**

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat lebih menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang dapat bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam dunia kerja di kemudian hari serta dapat mengaplikasikan teori yang di dapatkan selama di bangku perkuliahan, terutama di bidang manajemen pemasaran.

###### **b. Manfaat bagi perusahaan**

Diharapkan dengan penelitian ini akan dapat membantu pihak perusahaan, khususnya bagi para pebisnis yang ingin mengetahui pelayanan yang diinginkan pihak konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Mariansyah, A Syarif (2020), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*.
- Abdul Gofur (2019), Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Jakarta : PT. Raja Grafindon Persada.
- Aditia, Anton Tirta Komara, Nita Yura Roslina, Lungguh Jatmika (2021) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen ( Studi pada salah satu perusahaan jasa transportasi di Kota Bandung )
- Agung Firatmadi (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi kasus PT. Pelita Air Service). *Journal Of Business Studies*.
- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Borwita Citra Prima Bondowoso. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun).
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Aris Budiono (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Briggite Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S, Rumokoy (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*.

Brigit Muskat, Tanja Hortagl, Girish Prayag, Sarah Wagner (2019), *Perceived Quality, Aurhenticity, and Price in Tourist' Dining Experiences: Testing Competing Models Of Satisfaction and Behavioral Intentions.*

Budiman Marpaung, dan Ani Mekaniwati (2020), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengelolah Kopi di PT. Mitra Karya Usaha ). Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis IBI Kesatuan.

Champahom, T., Jomnonkwao, S, Karoonsoontawong, A., Hantanong, N., Beeharry, R., & Ratanavawaha, V, (2019). *Modeling user perception of bus service quality; case study of Mauritius, Songklanakar J. Sci Tech.*

Cheng, X., Cao, Y., Huang, K., & Wang, Y, (2018). *Modeling the satisfaction of bus traffic transfer service quality at a high-speed railway station. Journal of Advanced Transportation.*

Desikasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makyung Martabak & Café Medan.

Dewa Gede Adi Adnyana, Ni Wayan Sri Suprpti (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.7, No. 11, 2018: 6041 – 6069.

Diapnisa Gema Zakaria, Suwitho (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Blue Bird di Semarang. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

Dino Gustaf Leonandri, Rina Fitria (2021), *The Influencer of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Roti Bakar 88 Kemayoran, Jakarta.* Jurnal Manajemen, Teknologi Informatika dan Komunikasi.

Erma Widiana, Muslichah dan Bonar Sinaga. 2010. Dasar–Dasar Pemasaran. Karya Putra Dawati:Bandung.

Erni Setyowati, Wiyadi (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi di PT. JNE Cabang Solo.

Fandy Tjiptono dalam Ogi Sulistian (2011:22) Kepuasan Konsumen.

Faruk Arul Konuk (2019), *The Influencer of Perceived Food Quality, Price Fairness, Perceived Value and Satisfaction on Customers' revisit and*



*Word-of-mouth Intentions Towards Organic Food*. Journal of Retailing and Consumer Services.

Fauzyah, S, N., Sasmita, E, M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Amel Pondok Gede Kota Bekasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2).

Febby Gita Cahyani (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haitham Alzoubia, Muhammad Alshuridehb, Barween Al Kurdic and Mohammad Inairata (2020), *Do Perceived Service Value, Quality, Price Fairness and Service Recovery Shape Customer Satisfaction and Delight? A Practical Study in The Service Telecommunication Context*.

Hendy Tannady, Yohanes Totok Suyoto, Edi Purwanto, Adhika Ibnu Anugrah (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan : Universitas Pembangunan Jaya, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

Hery. (2018). Perencanaan Bisnis. Jakarta: PT Grasindo.

Intan Rosalia, Marsudi Lestariningsih (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Globalart San Diego Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

Irwansyah A. & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction ada Toko Online Buka Lapak. *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains*, 3(2), 12-19. Jakarta: Erlangga.

Ivone, I., Wongnur, T., Arwin, A., Lisa, L., & Ciamas, S. E. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Murid di Sempoa Sip Sumut Dan Aceh. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(2).

Iwan Kesuma Sihombing, dan Ika Sari Dewi. 2019. Pemasaran dan Manajemen Pasar. Yogyakarta: Deepublish.

Jessica Ordelia Kristanto (2018) Pengaruh Kualitas Layanan. Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Café One Eighteenth Coffee*. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.

- Keshavarz, Y., & Jamshidi, D (2018). *Service quality evaluation and the mediating role of perceived value and customer satisfaction in customer loyalty. International Journal of Tourism Cities.*
- Kotler P. dan K. L. Keller (2009), *Manajemen Pemasaran.*
- Kotler, P, & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13. In Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi.* Jakarta: Erlangga.
- Muslih Dwi Prasetyo, Susanto, Bernadetta Diansepti Maharani (2021) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta).*
- Parasuraman, A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service.* The Free Press, New York.
- Raden Roro Ayu (2020), *Effect Of Service Quality and Price On Customer Satisfaction at Kartika Candra in Jakarta.* *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik.*
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa.* Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Riri Oktarini (2019) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang.* *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretariat/Administrasi perkantoran. The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Roti Bakar 88 Kemayoran, Jakarta.* *Jurnal Mantik.*
- Rizky (2022) *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dirumah Makan Wong Solo Kota Jambi.*
- Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., Halim, F., Purba, P. B., Dewi, I. K., Simarmata, H. M., Purba, B., Sipayung, R., Sudirman, A., & Manullang, S. O. (2019). *Manajemen Merek.* In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). Yayasan Kita Menulis.
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M., & Haerany, A. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital.* Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.

- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323–335.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2012. Metodologi Penelitian. Cetakan Keempat. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang (2012), Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27-35.
- Thungasal, C. E. & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Jurnal Ilmu Manajemen* 7(1), 12-19.
- Tjiptono dan Chandra. 2019. *Service, Quality & Customer Satisfaction*. Edisi 5. Yogyakarta.
- Tyas Kurniawati, Bambang Irawan, Adi Prasodjo (2019), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.
- Vina Islami (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*.