



Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Royal Coffe

Nurfadlun¹, Intisari Haryanti², Sri Ernawati³

¹Manajemen Pemasaran, STIE BIMA

nurfadlun0809@gmail.com, intisariharyanti@gmail.com, sriernawati.stiebima@gmail.com

Abstrak_ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada royal coffe di kota bima. Instrumen penelitian yang digunakan ialah Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan daftar pernyataan yang telah disiapkan berkaitan dengan ketiga Variabel yaitu Fasilitas, Harga, dan Kepuasan Konsumen. Sampel yang digunakan yaitu tehnik convenience sampling. Convenience sampling merupakan tehnik pengambilan atau pengumpulan informasi dari anggota populasi yang setuju dalam memberikan informasi terkait. Sedangkan tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, Kuesioner, Studi pustaka. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpenharus terhadap kepuasan konsumen di royal coffe tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap di royal coffe (H1 ditolak), Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di royall coffe dengan ini nyatakan (H2 diterima) dan Fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di royal coffe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di royal coffe (H3 diterima).

Kata kunci: Fasilitas; Harga; Kepuasan konsumen

Abstract_ *This research aims to determine the effect of facilities and prices on consumer satisfaction at Royal Coffee in the city of Bima. The research instrument used was data collection in this research using a questionnaire conducted by the researcher based on a list of statements that had been prepared relating to the three variables, namely Facilities, Prices and Consumer Satisfaction. The sample used was a convenience sampling technique. Convenience sampling is a technique for taking or collecting information from members of the population who agree to provide related information. Meanwhile, the data collection techniques used are observation, questionnaires, literature study. The data in this research was processed using SPSS. The results of the research show that facilities have an influence on customer satisfaction at Royal Coffee and have no influence on customer satisfaction at Royal Coffee (H1 is rejected), Price has an influence on customer satisfaction at Royal Coffee, hereby stated (H2 is accepted) and Facilities and prices have an influence on customer satisfaction at Royal coffee has an effect on consumer satisfaction at royal coffee (H3 is accepted).*

Keywords: *Facilities; Price; Consumer satisfaction*

1. Pendahuluan

Makanan dan minuman atau food and beverage adalah salah satu kebutuhan yang paling dasar bagi manusia untuk dapat bertahan hidup. Oleh sebab itu, industri yang bergerak dalam bidang food and beverage (F&B) menjadi salah satu sektor industri yang paling berhasil mencatat pertumbuhan pendapatan yang tinggi dalam

beberapa tahun terakhir. Indonesia merupakan salah satu negara yang tercatat dalam Group of Twenty (G20) dalam kategori pertumbuhan ekonomi tercepat, terutama dalam bidang sektor food and beverage. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan bisnis dalam sektor ini selalu didukung dengan semangat berwirausaha masyarakat.

Pebisnis yang baru memulai menjalankan usaha menjadikan sektor usaha yang bergerak dalam bidang food and beverage ini menjadi salah satu pilihan dalam memulai kegiatan berwirausaha. Kemudahan dalam pemilihan bahan baku, pengolahan produk, dan proses pemasarannya membuat bisnis dalam bidang ini sangat diminati oleh masyarakat. Usaha yang bergerak dalam bidang food and beverage (F&B) memiliki beberapa jenis, salah satunya yaitu coffee shop. Menurut Kurniawan, (2016) Coffee shop sendiri merupakan tempat yang identik dengan meja-meja serta kursi yang tersimpan rapi dan juga nyaman, dilengkapi dengan berbagai macam varian kopi serta makanan ringan sebagai penunjang yang dilengkapi juga dengan alunan musik serta suasana yang nyaman dan dapat dirasakan oleh konsumen.

Fenomena menjamurnya bisnis coffee shop di kota Bima belakangan ini menjadikan persaingan antara berbagai coffee shop yang ada, mereka berlomba-lomba untuk meningkatkan fasilitas serta memberikan harga yang terbaik dan tidak tergolong mahal, hal ini dimaksudkan untuk menciptakan kepuasan konsumen itu sendiri.

Kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang food and beverage tepatnya pada bisnis coffee shop dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini banyak bisnis coffee shop yang semakin memahami arti dari kepuasan konsumen dalam menyusun strategi agar mampu memberikan kepuasan bagi para konsumen. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain yaitu: kualitas produk, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Bagi para pelaku usaha, khususnya dalam food and beverage dapat memperhatikan faktor yang dapat mendorong terjadinya kepuasan konsumen.

Berbagai faktor dapat menyebabkan kepuasan konsumen, salah satunya yaitu harga. Kebijakan dalam penetapan harga menjadi unsur yang penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), harga merupakan jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen dalam memperoleh keuntungan dari memiliki serta menggunakan produk atau

jasa. Konsumen sering mengaitkan antara harga dengan manfaat yang diperoleh atas barang atau jasa. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dituntut untuk memberikan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain mengatur strategi dalam penentuan harga yang baik, penyediaan fasilitas juga menjadi unsur penting dalam menjangkau kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (Srijani dan Hidayat, 2017). Menurut Kotler dan Armstrong (2008), fasilitas merupakan sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa dalam mendukung kenyamanan dari konsumen. Harga yang terjangkau, serta fasilitas yang lengkap, akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk yang diberikan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap harga, dan fasilitas yang diberikan maka konsumen tidak akan melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa terdapat fasilitas pendukung yang diberikan oleh royal coffee kepada konsumennya yaitu seperti tersedianya ruang indoor dan ruang outdoor bagi pengunjung café, hal ini memudahkan para pengunjung untuk dapat menikmati dua pilihan ruangan yang telah tersedia. Memiliki tempat yang terbatas membuat royal coffee tidak bisa menampung jumlah konsumen yang terlalu banyak, selain itu pentaan meja yang berdekatan antara konsumen yang satu dengan yang lainnya membuat kesan yang tidak nyaman, serta tidak ada privasi antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya.

Selain fasilitas, hal yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan konsumen yaitu harga. Harga yang diterapkan oleh Royal Coffee mampu bersaing dengan coffee shop lainnya. Harga yang diterapkan oleh Royal coffee memiliki tingkatan harga yang cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan coffee shop lainnya yang ada di Kota Bima, hal ini tentu menjadikan Royal coffee sebagai salah satu café yang memiliki harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan café sejenis yang berada di Kota Bima, namun harga yang diberikan telah

sesuai dengan kualitas bahan baku, serta fasilitas yang diberikan oleh royal coffee

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh dari Harga serta fasilitas terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu peneliti ingin meneliti terkait **PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROYAL COFFE DI KOTA BIMA.**

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Asosiatif Kausal yang dimana penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Royal Coffee. Pendekatan kuantitatif Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2016). Biasanya syarat minimum untuk dianggap valid dan memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,300$ atau lebih. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,300 maka dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan instrumen penelitian bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan oleh peneliti. Kriteria dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut: jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, maka kuesioner (angket) dapat dianggap reliabel atau konsisten. Namun, jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,60, maka kuesioner (angket) dianggap tidak reliabel atau konsisten.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal sehingga layak dilakukan pengujian statistik. Pada penelitian ini, uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji kolmogorov-smirnov dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

Menurut Ghozali (2016) “Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas didalam sebuah regresi dapat dicermati hal berikut: Jika nilai tolerance-nya $> 0,1$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi masalah Multikolonieritas dan jika nilai toelence-nya $< 0,1$ dan VIF > 10 maka terjadi Multikolonieritas.

Uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Uji Heterokedastisitas dapat dilibatkan dengan menggunakan metode glajer yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Dengan bantuan program SPSS for windows.

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Penelitian ini menggunakan metode analisis data analisis regresi linier berganda untuk menunjukkan variabel dependen dan independen saling terkait satu sama lain dan juga untuk menilai sejauh mana dua atau lebih variabel berkorelasi maka digunakan analisis regresi (Ghozali, 2013). Berikut adalah rumus menghitung regresi linier berganda.

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

Keterangan:

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 : Fasilitas
X2 : Harga
e : Residual Error

Uji statistik t, yang juga dikenal sebagai uji signifikansi individual, digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil dari uji ini akan digunakan untuk menyimpulkan apakah hipotesis nol (H_0) harus ditolak atau hipotesis alternatif (H_a) harus diterima, sesuai dengan hipotesis yang telah diformulasikan sebelumnya.

Menurut Ghozali (2013) uji goodness of fit (uji kelayakan model) dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Model goodness of fit dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Menurut Imam Ghozali (2013) menjelaskan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien korelasi memiliki nilai antara 0 (0%) < 1 (100%). Ketika nilai R^2 kecil, ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa hasil analisis Statistik uji t terhadap variabel Fasilitas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Royal Coffee Kota Bima. Berdasarkan hasil analisis Statistik uji t terhadap variabel Harga, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Royal Coffee Kota Bima. Berdasarkan hasil analisis uji f, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh dari variabel Fasilitas dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Royal Coffee Kota Bima. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

Reference

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif (1st ed.). Aswaja Pressindo.
- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amrulloh, M. Y., & Nurtjahjani, F. (2024). PENGARUH HARGA DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN BAHAGIA SELECTA KOTA BATU. JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 2(3), 277-288.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dawam, A., Rodifah, A., Alhasir, A., Khoiri, A., & Al Fiyanti, D. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY BANCARAN DI KECAMATAN BANGKALAN. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 11(2), 499-508.
- Daradjat, Zakiah, 2012, Ilmu Pendidikan Islam, Cet. X, Jakarta: Bumi Aksara
- Daryanto, & I. Setyobudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono, (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy. Tjiptono, (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Universitas Diponegoro.
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. Jurnal Penelitian Vol 3 No 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Jeni Raharjani, Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan) di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang, (Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol 2, No.1, 2005), hal 4-5.

- Kotler, P., & G. Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. Principles of Marketing. 15 Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, A. , & S. S. S. (2016). Penerapan Personal Hygiene Pada Karyawan Food And Beverage Service Hotel Aryaduta Pekanbaru. Doctoral Dissertation, Riau University
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di aston madiun hotel & conference center. Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, 7(1), 31-38.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sukmawati, I. dan J.D.D. Massie. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Air Manado. Jurnal Penelitian Vol 3 No 3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Tanjung, A., Darius, D. O., & Permana, J. S. (2024, February). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Mc Donald's Lippo Cikarang. In Prosiding Semanis: Seminar Manajemen Bisnis (Vol. 2, No. 1, pp. 372-378).
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Edisi Pert. Malang: Bayu Media Publishing.
- Yuda Supriyanto. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Kariadi Semarang. Jurnal Manajemen. Universitas Diponegoro.