



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI SUMMARECON MALL KELAPA GADING 3

Kevin Agusdian

kvn.agusdian@gmail.com

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ir. Dergibson Siagian, M.M

dergibson.siagian@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRAK

Kevin Agusdian / 26179049 / 2023 / Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Summarecon Mall Kelapa Gading / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Perkembangan jaman masyarakat pada saat ini telah mengalami perubahan gaya hidup (lifestyle). Perubahan gaya hidup ini telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat salah satunya adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang gemar berkumpul di *café* atau *coffee shop*.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan..

Objek penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 130 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*.

Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* WarpPLS 8.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutipkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Kevin Agusdian / 26179049 / 2023 / *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Promise Soul Coffee at Summarecon Mall Kelapa Gading* / Advisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

The development of the era of society at this time has experienced changes in lifestyle (lifestyle). This change in lifestyle has greatly influenced the mindset, behavior and culture of the people, one of which is the habit of certain groups of people who like to gather in cafes or coffee shops.

The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are service quality and price while the dependent variable in this study is customer satisfaction.

The object of this research is customer satisfaction. The data collection technique used in this study is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 100 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation modeling using WarpPLS 8.0 software.

The results of this study indicate that service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction.

The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been proven to have a positive and significant effect.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Diperkembangan jaman masyarakat modern saat ini telah mengalami banyak perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Perubahan gaya hidup ini telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas membuat kita berpikir bagaimana cara untuk menyelesaikan masalah ini dengan memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia tersebut. Memahami perilaku masyarakat tentu tidak mudah, karena masyarakat yang merupakan pelanggan mempunyai sifat yang berbeda-beda. digaya hidup yang modern adalah gaya hidup



baru yang bertumbuh di kelompok masyarakat saat ini. Salah satunya adalah kebiasaan suatu masyarakat tertentu yang suka berkumpul di kafe atau kedai kopi. Saat ini meminum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup, dimana *coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang amat diminati.

Gambar 1.1

Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019

Sumber: Databoks.katadata.co.id Tahun 2020



Kenaikan konsumsi kopi ini menjadi sasaran peluang bisnis untuk pengusaha yang baru akan mencoba keuntungannya dalam mengelolah usaha *coffee shop*. Usaha *Coffee shop* di Indonesia termasuk diDKI Jakarta sudah merajalela. Kemunculan berbagai *coffee shop* dengan konsep *co-working space* di DKI Jakarta, di tambah dengan *free wi-fi*, dan kopi yang berkualitas tinggi. *Coffee shop* kini tidak hanya sebagai tempat *hang out* tetapi mulai berkembang menjadi sesuatu yang lebih, dalam aspek perilaku sosial masyarakat kota besar khususnya di DKI Jakarta. DKI Jakarta adalah kota pilihan pengusaha untuk membangun usahanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1. 1
TOP BRAND INDEXED FASE

BRAND	TBI 2021	
Janji Jiwa	39.5%	TOP
Kenangan	36.7%	TOP
Kulo	12.4%	TOP
Fore	6.4%	

<http://www.topbrand-award.com> Tahun 2021

Dilihat pada tabel 1.1 dari data *Top Brand Index Coffee* di Indonesia, urutan tiga besar kedai kopi terbaik di Indonesia yaitu Janji Jiwa (39,5%), Kenangan (36,7%), dan Kulo (12,4%) (Topbrand-award.com, 2021). dalam kurun waktu satu tahun, *coffee shop* Janji Jiwa berhasil mempertahankan posisinya pada 1 peringkat teratas sebagai kedai kopi terbaik di Indonesia. Dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan, maka membuat persaingan bisnis di antara kedai kopi sejenis semakin tinggi. Berdasarkan penilaian tentang Kopi Janji Jiwa yang dibandingkan dengan tiga kompetitornya, Janji Jiwa mendapatkan nilai rata-rata. Janji Jiwa melihat persaingan yang semakin meningkat, banyak kompetitor yang menawarkan konsep yang sama. Jika dilihat dari segi produk dan layanan yang ditawarkan. Walaupun dari segi harga Kopi Janji Jiwa menawarkan harga yang relatif murah, Kopi Janji Jiwa memikirkan cara lain untuk menghadapi persaingan ini.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LANDASAN TEORI

C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kualitas Layanan

Menurut Kotler & Keller (2016:156) kualitas ialah kesatuan dari karakteristik fitur dan sikap dari barang atau jasa yang memiliki pengaruh dalam mencapai kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan ialah tingkat kualitas pelayanan yang di berikan berdasarkan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atas pelayanan yang pelanggan terima.

B. Harga

Menurut Kotler et al., (2018:308) ada dua arti dalam harga yakni: 1) Arti sempit, harga adalah sejumlah uang yang diberikan atau dikeluarkan demi mendapatkan suatu barang atau layanan.

2) Arti luas, harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan benefit atau memiliki atau memakai barang produk atau layanan. Pelanggan membayar dengan sejumlah uang agar bisa memiliki manfaat maupun menggunakan produk atau layanan yang telah dibeli.

Menurut Loo & Kristina, (2022) harga ialah tolak ukur keuntungan yang akan didapatkan perusahaan dalam menjual produk maupun jasa. Berdasarkan sejumlah teori di atas, dengan ini peneliti dapat memberikan penjelasan pengertian bahwa harga ialah nilai dari suatu barang produk dalam bentuk uang yang harus bayar pelanggan demi mendapatkan produk tersebut.

C. Kepuasan Pelanggan

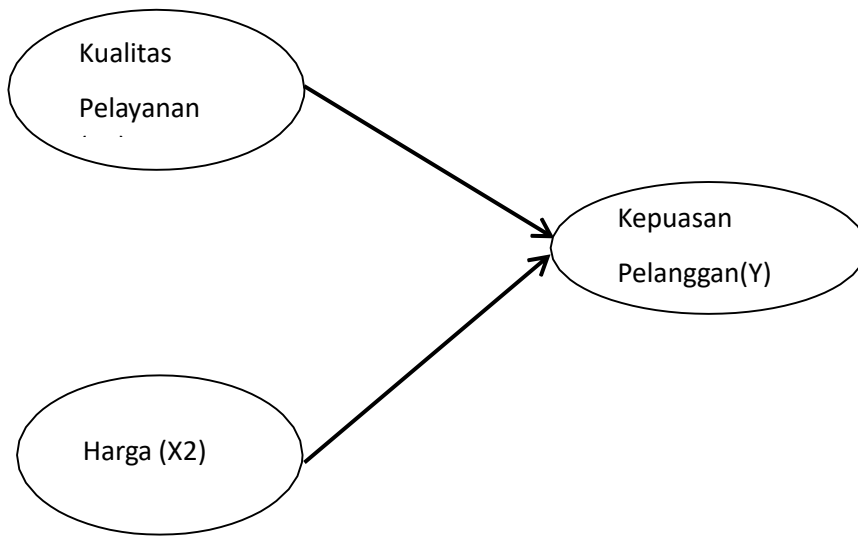
menurut Kotler & Keller, (2016:153) kepuasan adalah pemikiran gembira atau kecewa oleh seorang yang diciptakan dari mencocokkan hasil kinerja suatu produk atau pelayanan kepada keinginan. bilamana performa atau pengalaman yang didapat tidak sesuai keinginan, maka



pelanggan merasa tidak puas.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2018:39), kepuasan pelanggan bergantung pada performa produk yang diharapkan sesuai harapan pelanggan. apabila performa produk tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika penampilan produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

HIPOTESIS PENELITIAN



H1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2 = Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

METODE PENELITIAN



© Haptipta miling IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

InstuturBisnis dan Informatika KwikKian Gie

A. Objek Penelitian

pada objek penelitian ini ialah kopi Janji Jiwa. objek pada penelitian ini adalah pelanggan Janji Jiwa yang mengkonsumsi Janji Jiwa dalam jangka waktu 6 bulan terakhir.

B. Desain Penelitian

Cooper dan Schindler (2014:125) menyimpulkan desain penelitian sebagai rencana dan wujud penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, melalui pencatatan hipotesis dan implikasi yang menjadi focus penelitian.

Menurut Cooper & Schindler, (2014:125-126) Ada delapan perspektif pada desain penelitian diantaranya:

1. Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Dalam menjalankan desain formal perlu adanya prosedur yang tepat maupun sumber data yang terpercaya agar mampu menguji suatu hipotesis serta menjawab pertanyaan yang sudah disampaikan.

2. Metode pengumpulan data

Data pada penelitian ini dilakukan dengan memakai kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian ini melalui *google form* dengan cara menyebarkan kepada pelanggan Janji Jiwa di Summarecon Mall Kelapa Gading 3

3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel





Penelitian ini memakai rancangan *ex-post facto*. Tujuan menggunakan *ex-post facto* agar tidak dapat dimanipulasi pada variabel penelitian sehingga peneliti dapat memberitahu hasil apa

adanya.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam studi kausal. Studi kausal bertujuan untuk menguji apakah ada keterlibatan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Menguji adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. Penelitian ini memakai studi *cross-sectional*. Penelitian ini dijalankan 1 kali serta mencakup kondisi tertentu.

5. Berdasarkan Luang Lingkup

Penelitian ini menggunakan studi statistik. Hal ini karena memerlukan perluasan studi bukan kedalaman studi. populasi pada studi dilihat dari ciri sampelnya. Pengujian penelitian ini dilaksanakan secara kuantitatif

6. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk sebagai penelitian lapangan dikarenakan subjek dan objek penelitian ini dilingkungan yang nyata.

7. Kesadaran Persepsi Partisipan

Terbagi 3 persepsi yaitu Peserta yang tidak merasakan adanya kesalahan dalam kegiatan sehariannya, Partisipan merasakan adanya kesalahan namun hal tersebut tidak terkait oleh peneliti dan peserta merasakan adanya kesalahan apabila langsung terlibat dengan peneliti.



C. Variabel Penelitian

Pada batasan masalah yang diteliti, berupa sebagian variabel yang akan di analisis dari penelitian ini, yakni independen (kualitas Pelayanan dan harga) adalah variabel yang bebas yang mempengaruhi, penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terkait. serta dependen (kepuasan Konsumen) adalah variabel yang bebas yang mempengaruhi, penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terkait.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel ialah bagian dari karakteristik dan jumlah yang mempunyai suatu populasi (Sugiyono, 2017:81). Teknik pengambilan sampel dikelompokkan menjadi dua yakni nonprobability sampling dan Probability sampling. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini mengacu pada Nonprobability Sampling. Nonprobability Sampling yang dipilih oleh peneliti adalah *judgement sampling* ialah sampling *non-probability* yang pengambilan populasi samplingnya menurut pendapat atau standar tertentu (Sekaran dan Bougie, 2017:68).

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpul adalah data primer. Menurut Sugiyono, (2017:137) Sumber primer ialah suatu sumber pada yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan mensebarkan kuisisioner melalui google form kepada responden. Menurut Sugiyono, (2017:142) Kuisisioner ialah alat pengumpulan data yang digunakan dengan cara menyebarkan seputar pertanyaan ataupun pernyataan sah kepada partisipan untuk dapat dijawab pertanyaan kuisisioner dapat dilaksanakan dengan cara bertemu secara langsung ataupun melalui digital kuisisioner.



F. Teknik Analisis Data

Sesudah melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner, maka selanjutnya peneliti akan menguji dan mengelolah data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu *software* WarpPLS 8.0 dan SPSS 25. Berikut adalah alat atau Teknik yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*outer model*)

Outer model pengujian model bagian luar adalah pengujian atau *outer model* digunakan untuk menilai reliabilitas dan validitas tiap indikator pembentuk variabel laten :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai tolak ukur melihat bagaimana pertanyaan kuesioner yang sudah dibuat valid atau tidak (Ghozali, 2018:51).

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ialah sebagai alat tolak ukur dari suatu hasil yang didapatkan dari kuesioner dalam penggunaan yang berkali-kali.

2. Analisis Deskriptif

Berdasarkan pendapat Cooper & Schindler, (2014) analisis deskriptif berfungsi sebagai gambaran pusat, pembagian, data, dan sangat berguna sebagai alat dalam menyimpulkan data.

Analisis deskriptif yang dipergunakan pada penelitian ini diantaranya

a. Rentang Skala



Skala *likert* pakai untuk menguji tindakan, pandangan, serta tanggapan seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena social yang sudah ditentukan oleh peneliti yang dikenal dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2017:93).

b. Analisis Persentase

Analisis persentase dipakai untuk membuat perbandingan setiap dua atau lebih rangkaian data. Dalam hal ini persentase berguna untuk mengetahui karakter yang terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, usia dan lain-lain.

c. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung dipakai untuk mengukur seluruh nilai mengenai sekelompok data lalu di bagi dengan sejumlah sampel.

3. Penilaian Overall Fit

Penilaian ini dilakukan dalam menguji apakah model SEM (Structural equation Modeling) yang dibuat dapat diterima. Indikator yang digunakan ialah:

a. *Average Path Coefficient (APC)*

Nilai APC yang disarankan untuk mengukur kecocokan model ialah $\leq 0,05$ dan tingkat signifikasinya ialah 5% (Ghozali:2020).

b. *Average R-Squared (ARS)*

Nilai ARS yang disarankan untuk mengukur kecocokan model ialah $\leq 0,05$ dengan tingkat signifikasinya ialah 5% (Ghozali:2020).



c. Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai AARS yang disarankan untuk mengukur kecocokan model ialah $\leq 0,05$ dengan tingkat signifikansi ialah 5% (Ghozali:2020).

d. Average block VIF (AVIF)

Nilai yang disarankan untuk AVIF ialah $\leq 3,3$ dengan asumsi terbanyak konsep atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Tetapi, nilai ≤ 5 dapat diterima asalkan kebanyakan konsep atau variabel di dalam model diukur dengan satu indikator tunggal (Ghozali:2020).

e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Nilai yang disarankan ialah $\leq 3,3$ dengan dugaan terbanyak konstruk atau variabel dalam model diuji menggunakan dua atau lebih indikator. tetapi, dengan nilai ≤ 5 dapat diterima apabila konstruk atau variable terbanyak dalam model diuji dengan satu indikator tunggal (Ghozali:2020).

f. Tenenhaus GoF

Terdapat tiga kategori ukuran nilai, ialah kecil ialah $\geq 0,10$, sedang ialah $\geq 0,25$, dan besar ialah $\geq 0,36$ (Ghozali:2020).

g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)

Nilai yang disarankan SPR ialah $\geq 0,7$ dapat di terima yang antara lain 70% atau lebih dari jalur di model bebas dari SPR (Ghozali:2020).

h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

Disarankan nilai disaran ialah $\geq 0,9$ yang di terima yang antara lain 90% atau bisa lebih dari jalur dalam model tidak berkaitan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Ghozali:2020).



i. Statistical Suppression Ratio (SSR)

Nilai yang disaran ialah $\geq 0,7$ yang antara lain 70% atau bisa lebih dari jalur dalam model bebas dari SSR. (Ghozali:2020)

j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

Nilai yang disaran ialah $\geq 0,7$ yang antara lain 70% atau lebih dari jalur yang berhubungan dalam model penelitian membantu dibalik hipotesis dari kaitan kausalitas lemah (Ghozali:2020).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. Persentase Responden Berdasarkan Pernah mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa dalam 6 bulan terakhir di Kopi Janji Jiwa Summarecon Mall Kelapa Gading 3

Tabel 4. 1

Persentase Responden Berdasarkan Pernah mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa dalam 6 bulan terakhir di Kopi Janji Jiwa Summarecon Mall Kelapa Gading 3

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	130	100%
Tidak	0	0%
Total	130	100%

Sumber: Lampiran 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dalam penelitian ini terhadap 130 responden dengan menggunakan software WarpPLS 8.0. setiap variable pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $< 0,05$ dan *factor loading* $> 0,5$ hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kuesioner peneliti valid atau tidak valid.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Butir Pernyataan	Factor Loading	P-Value	Keterangan
1.	KL1	0,787	$< 0,001$	Valid
2.	KL2	0,723	$< 0,001$	Valid
3.	KL3	0,741	$< 0,001$	Valid
4.	KL4	0,725	$< 0,001$	Valid
5.	KL5	0,786	$< 0,001$	Valid
6.	KL6	0,748	$< 0,001$	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No.	Butir Pernyataan	Factor Loading	P-Value	Keterangan
1.	HR1	0,715	$< 0,001$	Valid
2.	HR2	0,795	$< 0,001$	Valid
3.	HR3	0,766	$< 0,001$	Valid
4.	HR4	0,766	$< 0,001$	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4. 4

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Butir Pernyataan	Factor Loading	P-Value	Keterangan
1.	KP1	0,699	< 0,001	Valid
2.	KP2	0,799	< 0,001	Valid
3.	KP3	0,706	< 0,001	Valid
4.	KP4	0,611	< 0,001	Valid
5.	KP5	0,825	< 0,001	Valid

Sumber: Lampiran 3

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan pada penelitian ini akan diuji terhadap 130 responden dengan menggunakan *software* WarpPLS 8.0. hal ini dilakukan untuk mengukur hasil kuesioner dalam penggunaannya. dalam variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7, nilai *Composite Reliability* > 0,7, dan nilai AVE > 0,5. Dari total 130 responden yang telah disatukan, hasilnya adalah sebagai berikut.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,846	0,886	0,566	Reliabel
2	Harga	0,757	0,846	0,579	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,780	0,851	0,536	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

1. Penilaian Model *Fit*

Tabel 4. 6
Hasil Evaluasi Model Struktural

Indikator	Kriteria <i>Fit</i>	Nilai <i>Output</i>	Hasil
<i>Average Path Coefficient</i> (APC)	$P \leq 0,05$	0,421, $P < 0,001$	<i>Fit</i>
<i>Average R-squared</i> (ARS)	$P \leq 0,05$	0,581, $P < 0,001$	<i>Fit</i>
<i>Average Adjusted R-squared</i> (AARS)	$P \leq 0,05$	0,575, $P < 0,001$	<i>Fit</i>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<i>Average Block VIF (AVIF)</i>	$\leq 3,3$, namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima	1,702	<i>Fit</i>
	<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	$\leq 3,3$, namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima	2,162	<i>Fit</i>
	<i>Tenenhaus GoF</i>	$\geq 0,10$, $\geq 0,25$, dan $\geq 0,36$ (kecil, menengah, besar)	0,571	<i>Fit</i>
	<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai $\geq 0,7$ masih dapat diterima	1,000	<i>Fit</i>
	<i>R-squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai $\geq 0,9$ masih dapat diterima	1,000	<i>Fit</i>
	<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Harus $\geq 0,7$	1,000	<i>Fit</i>
	<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Harus $\geq 0,7$	1,000	<i>Fit</i>

Sumber: Lampiran 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pengaruh antar Variabel

Dari - Ke	Pengaruh	P-value	Hasil
Kualitas Pelayanan – Kepuasan Pelanggan	0,44	< 0,01	Diperoleh bukti yang cukup bahwa ada pengaruh
Harga – Kepuasan Pelanggan	0,41	< 0,01	Diperoleh bukti yang cukup bahwa ada pengaruh

Sumber: Lampiran 3

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

SIMPULAN DAN SARAN



© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Istitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Pada akhir bab ini, peneliti menerangkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan sudah diujikan melalui ketentuan-ketentuan yang sudah disesuaikan. Dengan itu, hasil yang sudah didapatkan akan ditarik suatu kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan pihak yang terkait dalam pembahasan penelitian ini.

1. Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di kopi janji jiwa. dengan ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan terjadi bilamana kualitas pelayanan pada kopi janji jiwa meningkat.
2. Harga berdampak kepada kepuasan pelanggan di kopi janji jiwa. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian harga yang di tentukan oleh kopi janji jiwa menimbulkan rasa kepuasan pelanggan. oleh karna itu, dengan adanya kesesuaian harga yang di tawarkan di harapan pelanggan akan semakin merasa puas dengan membeli produk kopi janji jiwa.
3. Hasil tingkat kepuasan pelanggan kopi janji jiwa menyatakan sangat puas terhadap atribut kopi janji jiwa

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang didapat, adanya saran penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kopi Janji Jiwa

- a) Kopi janji jiwa disarankan meningkat serta menjaga kualitas pelayanan yang diusulkan oleh pelanggan dan harus mengawasi kecepatan pelayanan pada saat menyajikan orderan



pelanggan. keadaan ini dapat dilakukan dengan memberikan latihan dan mengawasi para karyawan secara rutin supaya karyawan bisa lebih baik dalam menyajikan dan memberikan pelayanan untuk pelanggan, maka sudut pandang daya tanggap yang dipunyai kopi janji jiwa dapat dilihat oleh pelanggan lebih baik lagi, yang nantinya akan menarik pelanggan kembali untuk membeli produk di kopi janji jiwa.

b) Dari hasil penelitian harga mendapatkan tanggapan baik dari para pelanggan. Namun, ada penilaian skor rata rata yang rendah dibandingkan indikator lainnya yaitu terkait keterjangkauan harga dan produk yang diperoleh oleh kopi janji jiwa, maka kopi janji jiwa harus lebih mempertimbangkan kesesuaian harga produk yang ingin ditawarkan kepada pelanggan dengan manfaat yang di terima pelanggan, agar pelanggan dapat merasa puas.

c) Kopi Janji Jiwa harus mempertahankan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan puas, maka tentu pelanggan akan kembali membeli di Kopi Janji Jiwa. Kopi Janji Jiwa kedepannya disarankan bisa untuk menaikkan lagi kualitas pelayanan agar lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan keterbatasan pada penelitian ini. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan penambahan variabel baru seperti gaya hidup, promosi, lokasi, dan variabel lainnya. Hal ini tentu berpengaruh terhadap hasil yang akan didapatkan nantinya pada Kopi Janji Jiwa di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.



DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>.
- Arianto, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap. 1(2), 83–101.
- Asti, E. G. & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Anggita Sinaga, Sarimonang Sihombing, D. S. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas dan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffenatics Medan*. 6(1), 119–144.
- Annur, C. M. (2020). Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir. Retrieved from Databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>
- Case, S., At, S., Hospital, S., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2016). Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado) Analysis Effect Of Service Quality And Price To The Patient. 16(01), 159–171.
- Cooper, D., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). McGraw Hill.
- Ghozali, J. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, J. (2020). *Partial Least Squares, Konsep Metode dan Aplikasi WarpPLS 7.0* (4ed)
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Kualitas dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Upajiwa Dewantara*, 2(2), 125–139. <https://doi.org/10.26460/mmud.v2i2.3265>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jaya, W., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 46–62.

© Himpunan Ilmiah Kwik Kian Gie (Himpun Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta ini dimiliki oleh Universitas Kwik Kian Gie. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengesankan dan menyebutkan sumber.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kanedi, I., Utami, F. H., Zulita, L. N., & Pseudocode, J. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu. 37–46.

Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & Suryawardani, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>

Kotler, P. & Keller, K. . (2016). *Marketing Management* (15th Ed). New Jersey: Pearson PrenticeHall, Inc.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e). Pearson Education Ltd.

Kotler, Philip, Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2018). *Principles of Marketing : Eighth Europe an Edition* (17th ed). Pearson Education Ltd. Retrieved from www.pearson.com/uk.

Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In Pearson (Vol. 53, Issue 9).

Liputan6.com. (2021). Indonesia Duduki Peringkat ke-2 Pengekspor Kopi Dunia. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4603301/indonesia-duduki-peringkat-ke-2-pengekspor-kopi-dunia>.

Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>

Sondak, C., Tumbel, A., & Lintong, D. (2021). Pelanggan Di Pt . Indogrosir Manado Analysis Of The Effect Of Sales Promotions And Prices On Customer Satisfaction At Pt . Indogrosir Manado Jurnal Emha Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 754-764 . C . Sondak ., A . Tumbel ., D . Lintong . 9(2), 754–764.

Satriani, M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Cabang Jambi.

Sampling, A., & Kunci, K. (N.D.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang Januari.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sekaran, U., Bougie, R., Cooper, D., Schindler, P. S., Jaya, W., Arifin, R., Slamet, A. R., Wibowo, A. E., Magelang, U. M., Warere, O. P., Mandagie, Y., Laetitia, S. I.,



Yusnani, & Sutrisna, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(2), 1–17.

Yuwanto, E. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati.

Yusnani, & Sutrisna, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(2), 1–17.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Disetujui dan diterima dari

Nama Mahasiswa / I : Kevin agusdian

NIM : 26179049

Tanggal Sidang : 28-03-2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh kualitas pelayanan dan harga

terhadap kepuasan pelanggan kopi Jansri

Jiwa di Summarecon mall kelapa gading 3.

di Jakarta, _____ 11 / April 2023

Mahasiswa/I

(*[Signature]*)
(.....)

Pembimbing

(*[Signature]*)
(.....)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.