

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dangau Abak Kafe Payakumbuh

Selvi Yona Tamara¹⁾, Jovi Antares²⁾ Dhea Fitria³⁾*

¹⁾ Prodi Kewirausahaan, Fakultas Sosial Ekonomi Humaniora Universitas Fort De Kock, Indonesia

*Corresponding Email: selviyonatamara@fdk.ac.id

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Dangau Abak Kafe Payakumbuh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan pelanggan Dangau Abak Kafe sebagai populasi penelitian. Sampel ditetapkan sebanyak 162 responden melalui teknik accidental sampling, yaitu responden yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria pernah melakukan pembelian di Dangau Abak Kafe Payakumbuh. Data yang dianalisis meliputi data primer dan data sekunder, sedangkan pengujian model dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM), berbasis Partial Least Squares dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan serta penetapan harga yang sesuai berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan di Dangau Abak Kafe Payakumbuh.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga, Pelanggan

ABSTRACT—This study aims to evaluate the influence of service quality and price on customer satisfaction at Dangau Abak Café in Payakumbuh. The study employs a quantitative approach, with customers of Dangau Abak Café constituting the study population. A sample of 162 respondents was selected using accidental sampling, namely respondents who were encountered by chance and met the criterion of having previously made a purchase at Dangau Abak Café in Payakumbuh. The data analysed comprised primary and secondary data, whilst model testing was carried out using the Structural Equation Modelling (SEM) method, based on Partial Least Squares, with the assistance of the SmartPLS 4.0 software. The research findings indicate that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. Furthermore, price was also found to have a positive and significant influence, suggesting that improvements in service quality and appropriate pricing contribute to increased customer satisfaction at Dangau Abak Kafe Payakumbuh.

Keywords: Service, Price, Customers

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia bisnis terus berkembang dan membaik dengan pesat. Dalam dunia bisnis saat ini, persaingan pasar sangat ketat, khususnya pada industri makanan dan minuman (F&B). Menurut (Kurnia et al., 2021), food & beverage adalah suatu bagian yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap penyediaan makanan dan minuman untuk para pelanggan.

Industri F&B merupakan industri dengan peminat pasar terbesar di Indonesia bahkan dunia.



Gambar 1. Pertumbuhan F&B di Indonesia

Berdasarkan data yang tersedia, industri food and beverage (F&B) mengalami kontraksi yang cukup signifikan pada tahun 2020 sebagai dampak dari pandemi COVID-19. Namun, pada tahun berikutnya sektor ini mulai menunjukkan pemulihan dengan mencatatkan pertumbuhan sebesar 5,03%. Tren positif tersebut berlanjut pada tahun 2022, ketika industri makanan dan minuman mencatat pertumbuhan sebesar 40,54%, yang merupakan capaian tertinggi dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Sebelumnya, pada tahun 2020, sektor ini mengalami penurunan sebesar 17,51%, bahkan lebih dalam dibandingkan kontraksi pertumbuhan ekonomi nasional yang tercatat sebesar 2,07%.

Tabel 1. Data Perkembangan F&B di Sumatera Barat (2020-2022)

Kabupaten/Kota	Jumlah Rumah Makan/Restoran/Kafe Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat		
	2020	2021	2022
Kab. Kepulauan Mentawai	28	34	103
Kab. Pesisir Selatan	137	146	146
Kab. Solok	89	89	67
Kab. Sijunjung	48	133	133
Kab. Tanah Datar	41	41	51
Kab. Padang Pariaman	54	59	63
Kab. Agam	54	56	210
Kab. Lima Puluh Kota	57	42	43
Kab. Pasaman	47	47	48
Kab. Solok Selatan	48	64	64
Kab. Dharmasraya	62	23	30
Kab. Pasaman Barat	80	86	106
Kota Padang	318	203	204
Kota Solok	38	46	53
Kota Sawahlunto	46	68	68
Kota Padang Panjang	76	81	71
Kota Bukittinggi	61	50	48
Kota Payakumbuh	30	188	189
Kota Pariaman	65	90	95
Provinsi Sumatera Barat	1379	1546	1792

Sumber Tabel Badan Pusat Statistik Sumatera Barat

Pertumbuhan bisnis pada industri F&B setiap tahunnya di Sumatera Barat ditandai dengan adanya 1379 bisnis F&B pada tahun 2020, pada tahun 2021 ada

1546 serta pada tahun 2022 dengan total 1792. Di kota Payakumbuh yang mengalami peningkatan pesat dari tahun 2020 dengan jumlah 30 dan meningkat ke jumlah 188 pada tahun 2021. Ketatnya persaingan pada industri ini juga dirasakan oleh Dangau Abak Kafe, merupakan salah satu kafe yang ada di kota Payakumbuh. Dangau Abak merupakan kafe yang dibuka di Jl. Raya Payakumbuh – Lintau No. 43, Sungai Kamuyang, Kec. Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat pada tahun 2020. Nama Dangau Abak merupakan salah satu ciri khas dari kafe ini karena hanya kafe inilah yang menggunakan nama Dangau pada kafanya. Dangau Abak Kafe juga menawarkan konsep yang berbeda dengan kafe lainnya yang ada di kota Payakumbuh, yang mana Dangau Abak Kafe menawarkan kealamian alam disekitarnya yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

Tabel 2. Survey Awal Kepuasan Pelanggan Dangau Abak Kafe

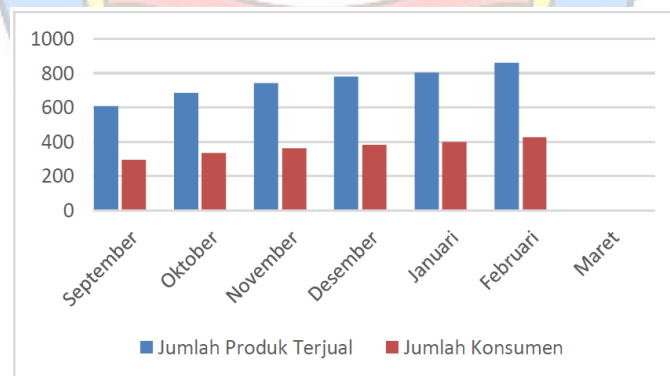
Indikator Kepuasan Pelanggan	Ya	Biasa	Tidak	Total
Apakah pelayanan yang diberikan oleh Dangau Abak Kafe Sudah lebih baik dari kafe lainnya	11	6	0	17
Karyawan Dangau Abak lambat dalam melayani dan mengantar pesanan pelanggan	0	8	9	17
Harga yang ditawarkan Dangau Abak Kafe cenderung lebih mahal dari kafe lainnya	4	3	10	17
Harga yang ditawarkan dangau abak kafe tidak sebanding dengan produk yang diberikan	3	3	11	17
Apakah anda puas dengan pelayanan dan harga yang diberikan oleh dangau abak kafe	12	5	0	17
Pelayanan dangau abak kafe sangat ramah dan memuaskan	11	6	0	17
Apakah anda bersedia merekomendasikan dangau abak kafe kepada teman dan keluarga	12	1	4	17

Sumber Tabel data yang diolah penulis

Meskipun hasil survei awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memberikan penilaian positif terhadap pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh Dangau Abak Kafe, masih terdapat beberapa indikator yang menunjukkan adanya permasalahan yang perlu menjadi perhatian manajemen. Berdasarkan hasil survei terhadap 17 responden, masih terdapat pelanggan yang

menilai pelayanan belum lebih baik dibandingkan kafe lain, sebagian responden menganggap proses pelayanan masih lambat, serta terdapat pelanggan yang beranggapan bahwa harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dan belum sepenuhnya sebanding dengan produk yang diterima. Selain itu, masih terdapat beberapa pelanggan yang belum bersedia merekomendasikan Dangau Abak Kafe kepada orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya optimal dan masih terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan maupun harga yang diterima.

Di sisi lain, meningkatnya jumlah usaha kafe di Kota Payakumbuh menyebabkan tingkat persaingan bisnis menjadi semakin kompetitif. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan sehingga perubahan kecil pada kualitas pelayanan maupun persepsi harga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Apabila kondisi tersebut tidak menjadi perhatian pihak pengelola, maka berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan serta menyebabkan pelanggan beralih kepada kafe lain yang menawarkan pelayanan maupun harga yang dianggap lebih sesuai dengan harapan mereka. Oleh karena itu, Dangau Abak Kafe perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat agar mampu mempertahankan daya saing usahanya.



Gambar 2. Grafik penjualan Dangau Abak Kafe September Hingga Maret

Walaupun data penjualan Dangau Abak Kafe menunjukkan kecenderungan meningkat dalam enam bulan terakhir, peningkatan tersebut belum dapat dijadikan indikator bahwa seluruh pelanggan telah merasa puas secara optimal. Peningkatan jumlah pengunjung dapat dipengaruhi oleh

berbagai faktor, seperti tren masyarakat, promosi, lokasi usaha, maupun daya tarik suasana kafe. Berdasarkan situasi tersebut, dilakukan penelitian langsung untuk menganalisis pengaruh tingkat pelayanan dan harga terhadap rasa puas pelanggan di Dangau Abak Kafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan bukti nyata yang berguna sebagai acuan bagi manajemen dalam menyusun strategi untuk meningkatkan kualitas layanan, menentukan kebijakan harga yang lebih sesuai, serta menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

KAJIAN TEORI

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Armansyah & Jailani, 2020), Loyalitas pelanggan merupakan salah satu konsekuensi dari tingkat kepuasan yang tinggi. Pelanggan yang mendapatkan pengalaman dalam layanan yang sesuai atau lebih baik dari harapannya cenderung akan tetap menggunakan produk atau layanan yang disediakan dan membangun hubungan yang berlanjut dengan perusahaan. Dalam hal ini, kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pembentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam (Latif, 2022), Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas pelayanan menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang bernilai bagi pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka. Karakteristik pelayanan yang bersifat intangible menyebabkan penilaian pelanggan lebih banyak didasarkan pada pengalaman selama proses pelayanan dibandingkan kepemilikan suatu produk. Oleh karena itu, kemampuan sebuah perusahaan untuk menyediakan layanan yang stabil, cepat tanggap, dan memenuhi ekspektasi konsumen menjadi hal penting yang mempengaruhi pandangan tentang mutu layanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain itu harga juga menentukan minat pelanggan terhadap suatu usaha. Menurut Kurniawan dkk, dalam (Manullang & Heryenzus, 2023), Dalam perspektif pemasaran, harga dapat diartikan sebagai sejumlah nilai moneter yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh hak atas penggunaan suatu produk atau jasa sesuai dengan manfaat yang diharapkan. Oleh karena itu, penetapan harga menjadi salah satu elemen penting dalam menciptakan persepsi nilai yang dapat memengaruhi keputusan pembelian maupun tingkat kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong dalam (Hadyarti & Kurniawan, 2022), harga adalah salah satu

bagian dari pemasaran yang menunjukkan nilai ekonomi dari sebuah produk atau layanan. Cara pandang pelanggan mengenai keadilan harga biasanya terbentuk dari perbandingan antara uang yang dibayar dengan keuntungan yang didapat. Apabila pelanggan merasa bahwa keuntungan yang diterima seimbang atau bahkan lebih tinggi dari uang yang dibelanjakan, maka tingkat kepuasan mereka akan bertambah. Sebaliknya, jika harga dianggap tidak seimbang dengan keuntungan yang didapat, kepuasan pelanggan bisa menurun. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh (Has et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Menurut Nugroho dalam (Ali et al., 2022) Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk mengeksplorasi pengaruh tingkat pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Dangau Abak Kafe Payakumbuh. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model persamaan struktural berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0, untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono dalam (Tannady et al., 2022) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui. Hal ini dikarenakan pelanggan yang tetap dan selalu berkunjung ke Dangau Abak Kafe tidak diketahui secara pasti. Hair dalam (Tannady et al., 2022), menyatakan bahwa jumlah sampel yang *representative* tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10, dikarenakan dalam penelitian ini terdapat 27 indikator pertanyaan, maka dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator pertanyaan} \times 6$$

$$\text{Indikator pertanyaan } 27 \times 6 = 162$$

Maka sampel dalam penelitian ini adalah 162 responden dengan teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model persamaan struktural berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui *software* SmartPLS 4.0, untuk menguji hubungan

sebab-akibat antar variabel yang diteliti.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Analisis mencakup pengujian terhadap bagian luar, model yang digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk, serta pengujian model dalam untuk menganalisis hubungan struktural dan menguji hipotesis penelitian. Model penelitian ini menggunakan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) sebagai variabel yang berasal dari luar, sementara Kepuasan Pelanggan (Y) berfungsi sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (SmartPLS) sebagai teknik untuk menganalisis data. Pendekatan SEM-PLS merupakan metode analisis statistik berbasis varians yang bersifat nonparametrik sehingga tidak memerlukan banyak asumsi dalam proses pengujiannya. Selain itu, metode ini mampu menganalisis hubungan struktural antarvariabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator-indikator penelitian. Pengkategorian tingkat pencapaian responden digunakan klasifikasi yang dikemukakan Arikunto dalam (Siska, 2020) sebagai berikut :

Tabel 3. Rentang Katergori Tingkat Pencapaian Responden

Kisaran TCR	Ketegori
86% - 100%	Sangat Baik
71% - 85%	Baik
56% - 70%	Cukup Baik
41% - 55%	Kurang Baik
0% - 40 %	Tidak Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Dangau Abak Kafe yang berada di Kota Payakumbuh. Dangau abak merupakan salah satu kafe yang menyediakan

berbagai macam menu makanan sederhana. Kafe ini berdiri pada tahun 2020, yang didirikan oleh pemuda bernama Arvandi.

Dangau abak kafe berlokasi di Jl. Raya Payakumbuh – Lintau No. 43, Sungai Kamuyang, Kec. Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Dangau Abak Kafe, dengan sampel sebanyak 162 orang. Pelanggan yang dimaksud meliputi mereka yang secara aktif berkunjung ke Dangau Abak Kafe. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan cara accidental sampling, yaitu proses pemilihan responden secara kebetulan sambil tetap mengikuti kriteria yang telah ditentukan. Setelah itu, data yang diperoleh dari penelitian diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 4. Karakteristik Responden

Karakteristik	Deskripsi	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki – Laki	67	41,4%
	Perempuan	95	58,6%
Rentang Usia	14-29 tahun	161	99,4%
	30-43 tahun	1	0,6%
Tingkat Pendidikan	Tamat SD	2	1,2%
	Tamat SMP	52	32,1%
	Tamat SMA	104	64,2%
	Tamat S1	4	2,5%
Pekerjaan	Pelajar	52	32,1%
	Mahasiswa/i	58	35,8%
	Karyawan	20	12,3%
	Wirausaha	4	2,5%
	Lainnya	28	17,3%
Rentang Pendapatan Perbulan	Kurang Dari Rp. 1.500.000	110	67,9%
	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000	30	18,5%
	Rp. 2.500.001 – 3.500.000	17	10,5%
	Lebih Dari Rp. 3.500.000	5	3,1%
Seberapa sering Bapak/Ibu/Sdr/i mengunjungi Dangau Abak Kafe	1 Kali	18	11,1%
	2 – 4 Kali	83	51,2%
	5-9 Kali	33	20,4%
	Lebih dari 10 Kali	28	17,3%

Jika bapak/ibu/sdr/i penyuka kopi, jenis kopi apa yang biasanya bapak/ibu/sdr/i sukai?	Arabika	20	12.3%
	Robusta	9	5.6%
	Libeerika	3	1.9%
	Mixed/House Blend	38	23.5%
	Tidak Spesifik Suka Kopi	92	56.8%
Total Responden		162	100%

Berdasarkan analisis data dari kuesioner yang tertera dalam Tabel 4, secara keseluruhan, para responden memberikan penilaian positif mengenai variabel Kualitas Pelayanan dengan Total Capaian Responden (TCR) mencapai 87. Namun demikian, ada beberapa indikator yang masih mendapatkan penilaian di kategori cukup dengan TCR terendah sebesar 70, yang menandakan bahwa ada elemen layanan yang masih memerlukan perbaikan.

Tabel 5. TCR Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator Pernyataan	N	Mean	TCR Hasil	Kategori
Kualitas Pelayanan 1	162	3.97	79.4	Cukup
Kualitas Pelayanan 2	162	3.91	78.2	Cukup
Kualitas Pelayanan 3	162	4.36	87.2	Baik
Kualitas Pelayanan 4	162	3.51	70.2	Cukup
Kualitas Pelayanan 5	162	4.04	80.8	Baik
Kualitas Pelayanan 6	162	3.95	79	Cukup
Kualitas Pelayanan 7	162	4.1	82	Baik
Kualitas Pelayanan 8	162	3.98	79.6	Cukup
Kualitas Pelayanan 9	162	4.1	82	Baik
Kualitas Pelayanan 10	162	4.11	82.2	Baik
Kualitas Pelayanan 11	162	4.03	80.6	Baik
Kualitas Pelayanan 12	162	4.04	80.8	Baik
Kualitas Pelayanan 13	162	4.06	81.2	Baik
Kualitas Pelayanan 14	162	4.03	80.6	Baik
Kualitas Pelayanan 15	162	4.05	81	Baik
Kualitas Pelayanan 16	162	4.1	82	Baik
Kualitas Pelayanan 17	162	3.98	79.6	Cukup
Kualitas Pelayanan 18	162	4.01	80.2	Baik

Kualitas Pelayanan 19	162	4.04	80.8	Baik
Kualitas Pelayanan 20	162	4.07	81.4	Baik

Dari data yang telah diperoleh, dapat dilihat pada tabel 5 bahwa pada variabel Harga tergolong pada kategori cukup dilihat dengan hasil sebesar 79 dan hasil terendah adalah 78.

Tabel 6. TCR Variabel Harga (X1)

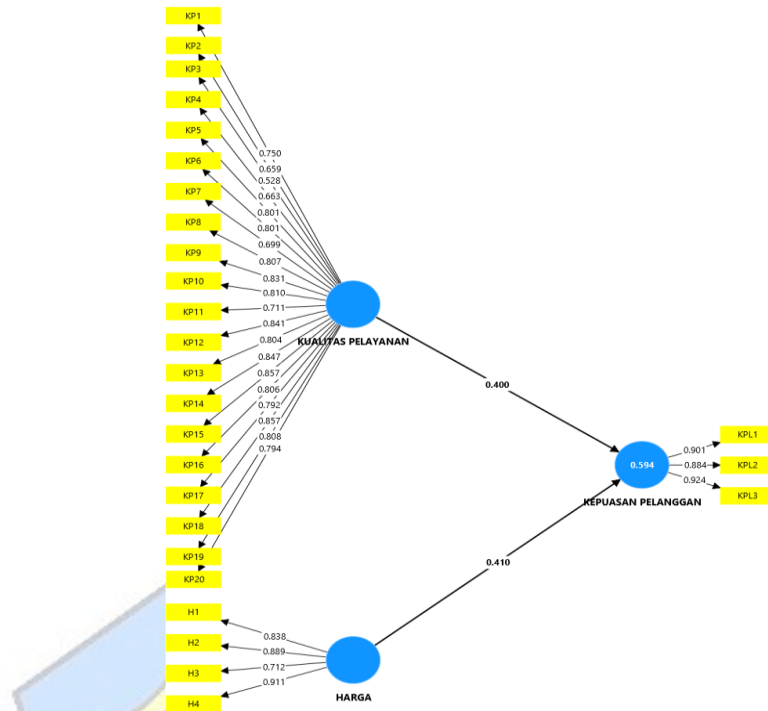
Indikator Pernyataan	N	Mean	TCR Hasil	Kategori
Harga 1	162	3.96	79.2	Cukup
Harga 2	162	3.97	79.4	Cukup
Harga 3	162	3.93	78.6	Cukup
Harga 4	162	3.97	79.4	Cukup

Dari data yang telah diperoleh, dapat dilihat pada tabel 7 bahwa pada variabel Kepuasan Pelanggan sudah termasuk pada kategori baik. Dengan hasil sebesar 83 dan hasil terendah 80.

Tabel 7. TCR Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator Pernyataan	N	Mean	TCR Hasil	Kategori
Kepuasan Pelanggan 1	162	4.04	80.8	Baik
Kepuasan Pelanggan 2	162	4.17	83.4	Baik
Kepuasan Pelanggan 3	162	4.15	83	Baik

Selanjutnya, uji validitas instrumen pada setiap indikator variabel dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Kelayakan indikator untuk mengukur konstruk yang tidak terlihat dinilai melalui pengujian, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa setiap indikator memiliki kemampuan yang cukup dalam mencerminkan konstruk yang diwakilinya dan dapat dibedakan dari konstruk lain dalam model penelitian.. Penentuan validitas indikator mengacu pada nilai outer loading hasil estimasi model, dimana indikator dinyatakan valid apabila memenuhi nilai ambang yang dipersyaratkan.



Gambar 3. Nilai Outer Loading

Dari gambar 3, Dapat dilihat bahwa nilai *outer loading* untuk setiap item pernyataan berkisar antara 0.526 hingga 0.925, yang menunjukkan bahwa setiap variabel dianggap sah, karena mempunyai nilai *outer loading* di atas 0.5. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. *Outer Loading*

Item	Harga	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
H1	0.841		
H2	0.891		
H3	0.791		
H4	0.912		
KP1			0.750
KP10			0.810
KP11			0.711
KP12			0.841
KP13			0.804
KP14			0.847
KP15			0.857
KP16			0.805

KP17			0.793
KP18			0.857
KP19			0.803
KP2			0.659
KP20			0.789
KP3			0.526
KP4			0.664
KP5			0.802
KP6			0.802
KP7			0.698
KP8			0.813
KP9			0.830
KPL1		0.902	
KPL2		0.886	
KPL3		0.925	

Hasil evaluasi outer model pada tabel 9 menunjukkan bahwa konstruk Kualitas Pelayanan (KP) memiliki 20 indikator, dengan 16 indikator memenuhi kriteria outer loading > 0.70 , sedangkan 4 indikator lainnya berada pada rentang $0.50-0.70$. Meskipun demikian, indikator tersebut tetap dipertahankan karena nilai AVE dan communality telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan (>0.50). Seluruh indikator pada konstruk Harga (H) dan Kepuasan Pelanggan (KPL) juga memiliki nilai outer loading di atas 0.70 , sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengujian model. Hasil evaluasi nilai AVE selanjutnya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 9. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kualitas Pelayanan	0.604
Harga	0.713
Kepuasan Pelanggan	0.818

Berdasarkan tabel 10, hasil penilaian model pengukuran menunjukkan

bahwa semua konstruk memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang lebih besar dari batas minimum 0.50, sehingga validitas konvergen sudah terpenuhi. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas diskriminan untuk menilai seberapa baik setiap konstruk dapat membedakan dirinya dari konstruk lain dalam model penelitian. Kriteria ini dianggap terpenuhi jika nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk. Ringkasan hasil pengujian validitas diskriminan dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 10. *Discriminant Validity*

Variabel	Harga	Kepuasan	Kualitas Pelayanan
Harga	0.841		
Kepuasan Pelanggan	0.735	0.903	
Kualitas Pelayanan	0.813	0.733	0.778

Selanjutnya, Hasil dari pengujian keandalan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 11. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kualitas Pelayan	0.965	0.968
Harga	0.863	0.881
Kepuasan Pelanggan	0.889	0.897

Hasil dari uji reliabilitas yang ditampilkan di tabel 11 menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang lebih tinggi dari batas minimum 0.60. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang cukup baik, sehingga semua instrumen dianggap reliabel dan telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis berikutnya.

Setelah model pengukuran dinyatakan memenuhi kriteria, analisis dilanjutkan pada evaluasi *inner model* untuk menguji hubungan struktural antarvariabel laten. Pengujian dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* guna memperoleh estimasi signifikansi pada setiap jalur hubungan dalam model penelitian. Evaluasi model struktural didasarkan pada nilai *R-Square* sebagai

indikator kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen, serta nilai *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value* untuk menilai signifikansi hubungan antarvariabel. Hasil pengujian nilai *R-Square* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 12. *R-Square*

Variabel	R-Square
Kepuasan Pelanggan	0.597

Berdasarkan analisis yang terdapat dalam Tabel 11, terlihat bahwa nilai *R-Square* yang mencapai 0.597 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variasi dalam kepuasan pelanggan sebesar 59.7%. Sedangkan sisanya, yaitu 40.3%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam kajian ini. Setelah menilai kemampuan model melalui nilai *R-Square*, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian dengan hasil bootstrapping. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis nilai *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value* untuk melihat seberapa signifikan hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Hasil ringkasan dari pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 13. *Path Coeficient*

Variabel	Original Sample (O)	T-Statistics	P Values
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0.437	3.614	0.000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0.376	3.105	0.0002

Analisis keterkaitan struktural dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menguji koefisien jalur untuk memahami seberapa besar dampak langsung dari variabel kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat kepentingan dari setiap hubungan dinilai dengan menggunakan prosedur bootstrapping, yang menghasilkan nilai t-statistik dan p-nilai. Sebuah hipotesis dianggap didukung jika p-nilai kurang dari 0.05 dan t-statistik lebih tinggi dari batas kritis 1.98. Jika salah satu atau kedua syarat tersebut tidak terpenuhi, maka hipotesis tersebut tidak akan didukung. Hasil pengujian hubungan struktural beserta keputusan terhadap setiap hipotesis penelitian disajikan pada tabel 12 :

1. Berdasarkan temuan dari pengujian hipotesis, hubungan antara mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.376 dengan p-value sebesar 0.002. Temuan ini membuktikan bahwa mutu pelayanan memberikan dampak positif dan berarti pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, semakin tinggi mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, semakin besar kemungkinan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan teknik analisis statistik yaitu menggunakan regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) serta menggunakan alat bantu *statistical package for the social sciences* (SPSS).

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan pelanggan mengenai harga sangat penting dalam membangun kepuasan mereka. Pelanggan cenderung merasa lebih bahagia ketika harga yang ditawarkan dianggap cocok dengan kualitas produk, layanan, serta keuntungan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa pengaturan harga yang benar tidak hanya memengaruhi keputusan untuk membeli, tetapi juga membentuk pemahaman nilai yang akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks Dangau Abak Kafe Payakumbuh, temuan ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapat pelanggan menjadi salah satu faktor yang dapat menjaga kepuasan pelanggan.

Tabel 14. Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Hasil
H1	Diperkirakan bahwa mutu layanan (X1) memiliki dampak yang baik dan berarti terhadap kebahagiaan pelanggan (Y) di Dangau Abak Kafe Payakumbuh.	Positif dan signifikan Hipotesis 1 diterima

H2	Diperkirakan bahwa harga (X2) memiliki dampak yang baik dan berarti terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Dangau Abak Kafe Payakumbuh.	Positif dan signifikan Hipotesis 2 diterima
----	---	--

SIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga merupakan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dangau Abak Kafe Payakumbuh. Pengaruh Kualitas Pelayanan tercermin dari kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan. Di sisi lain, Harga juga menjadi faktor yang menentukan, karena pelanggan cenderung merasa lebih puas apabila harga yang dibayarkan dipersepsikan sepadan dengan manfaat yang diterima. Berdasarkan temuan tersebut, kedua hipotesis penelitian dinyatakan didukung, sehingga Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terbukti berkontribusi terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Armansyah, A., & Jailani, M. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT ramayana lestari sentosa ciputat. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 25–35.
- Hadyarti, V., & Kurniawan, M. Z. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Eco-Entrepreneur*, 8(2), 47–59.
- Has, M. F., Damis, H., Bahari, A. F., & Syahnur, M. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Grab dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI). *Center of Economic Students Journal*, 4(2), 163–171.
- Kurnia, H., Sriyogani, I. A., & Nuryati, N. (2021). Implementasi nilai-nilai Pancasila dalam food and beverage departemen di Restoran Hotel New Saphir Yogyakarta. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4127–4137.

- Latif, F. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Ratu Tulungagung. *Jurnal Cita Ekonomika*, 16(2), 60–76.
- Manullang, N. R., & Heryenzus, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 806–817.
- Siska, A. J. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE HAS Bukittinggi). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 5(01), 1–14.
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3910–3921.

