

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE ANGKRINGAN VAN JAVA GRESIK

Muhammad Nizam Khoiruddin<sup>1</sup> dan Dyah Rini Prihastuty<sup>2</sup>

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

[izamscooterist58@gmail.com](mailto:izamscooterist58@gmail.com)<sup>1</sup>, [Dyahrini@untag-sby.ac.id](mailto:Dyahrini@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada di kafe angkringan van java dengan menggunakan teknik sampling yaitu yaitu *non probability sampling* sebanyak 100 sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas sebagai variabel independen, Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan Uji F dengan menggunakan alat analisis SPSS Versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 3) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 4) Kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara keseluruhan memberikan implikasi pemilik kafe angkringan van java untuk melakukan evaluasi atau perencanaan untuk bisa memaksimalkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang tinggi dengan persepsi harga yang sesuai dan fasilitas yang lengkap akan membuat konsumen merasa senang, nyaman dan bisa bersantai sambil menikmati produk yang ditawarkan, sehingga terciptanya kepuasan konsumen yang membuat berkeinginan lagi untuk datang kembali.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the effect of Service Quality, Perceived Price and Facilities on Consumer Satisfaction. This research uses quantitative methods. The population used in this study were all consumers in the Angkringan van Java cafe using a sampling technique, namely non probability sampling of 100 samples based on the specified criteria. The variables examined in this study are Service Quality, Perceived Price and Facilities as independent variables, Consumer Satisfaction as the dependent variable. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis and the F test using the SPSS Version 26 analysis tool.*

*The results showed that 1) Service quality has a significant effect on customer satisfaction, 2) Price perceptions have a significant effect on customer satisfaction, 3) Facilities have a significant effect on customer satisfaction, 4) Service quality, price perceptions and facilities together have a significant effect on customer satisfaction consumer. The results of the study as a whole provide implications for the owner of the Angkringan Van Java cafe to evaluate or plan to be able to maximize customer satisfaction. High service quality with the perception of appropriate prices and complete facilities will make consumers feel happy, comfortable and able to relax while enjoying the products offered, so as to create customer satisfaction that makes them want to come back again.*

**Keywords:** *Service Quality, Perceived Price, Facilities, Satisfaction Consumer*

## PENDAHULUAN

Gresik merupakan kota santri yang sangat terkenal dengan warung kopi dan wisatanya. Gresik juga terkenal dengan kulinernya yang nikmat. Karena banyaknya wisata di Gresik membuat banyak orang datang untuk berkunjung ke Gresik. Hal ini membuka peluang bagi para pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memulai usaha.

Banyak bisnis yang berkembang pesat di Gresik saat ini dan yang paling dominan adalah kafe dan kedai kopi. Meskipun bisnis kafe pada awalnya dianggap mahal dan mewah karena interiornya yang indah dan orang-orang enggan mengunjunginya, lama kelamaan orang Indonesia berkumpul dan nongkrong di kafe. Kebiasaan ini muncul dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis untuk mengisi makanan dan minumannya.

Kafe adalah sebuah tempat yang menyajikan berbagai macam minuman dan makanan. Kafe merupakan tempat yang nyaman buat bersantai bagi anak-anak muda maupun keluarga. di zaman ini banyak yang mendirikan sebuah usaha kafe di Indonesia, khususnya di Gresik. Salah satu kafe di Gresik yaitu Angkringan VanJava. Angkringan Van Java merupakan kafe yang bertemakan jawa berdiri pada tanggal 24 maret 2018 tempatnya Jl. Raya Ima'an No.35, Kecamatan.Dukun, Kabupaten Gresik.

Angkringan Van Java sudah membuka 4 cabang. mereka menyajikan minuman, makanan dan snack. Menu yang terfavorit di kafe Angkringan Van Java adalah

minuman kopi kasar khas gresik dan makanan ayam geprek yang memiliki sambal ciri khas tertentu. Pengunjung yang datang ke kafe angkringan van java per hari 50 orang sampai 100 orang

Banyaknya kafe yang bermunculan di Gresik menyebabkan persaingan ketat bagi pelaku usaha kafe .oleh karena itu, pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang baik secara tepat dari perspektif yang berbeda agar dapat bersaing. Kemunculan kafe baru membuat kafe yang tidak kuat akan mudah bangkrut dari pesaingnya. Diantara sekian banyak alternatif kafe, konsumen lebih selektif dalam memilih dan memutuskan kafe mana yang akan dituju.

Kepuasan konsumen adalah komponen nilai terpenting yang mendorong perusahaan untuk mencapai tujuannya dan berhasil. Setiap bisnis harus bersaing untuk menghasilkan produk dan jasa yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam situasi seperti itu, terjadi persaingan yang ketat di antara produsen, sehingga perusahaan harus memiliki bisnis yang kompetitif dan berpusat pada konsumen.karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi penjual produk.Sebab melalui pelanggan merasa puas terhadap produk yang dibelinya akan berperilaku positif bagi perusahaan,antara lain menjadi loyal,melakukan pembelian ulang,serta menyebarkan ke orang lain dari mulut kemulut (nurdiansyah dan matadji,2016).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan dengan pasar. kualitas pelayanan merupakan suatu tolak ukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat tercapai sesuai yang diharapkan konsumen. Konsumen dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan produsen dari beberapa aspek yaitu: pelayanan yang cepat dan tanggap sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Martono (2019:29) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang bagus dengan harga yang terjangkau. Menurut Ismanto (2020:60) salah satu cara untuk menjual suatu produk perusahaan (jasa) yaitu dengan memberikan keunggulan kualitas dengan kualitas layanan yang lebih baik dari pada pesaing dan memenuhi kebutuhan dari para pelanggannya.

Faktor berikut yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Menurut Napitupulu (2021:99) dapat didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap rata-rata harga sebuah jasa dibandingkan dengan kompetitornya. Persepsi harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dengan uang yang nantinya konsumen tukarkan dengan sebuah produk atau jasa, sehingga konsumen akan mendapatkan manfaat dari barang atau jasa tersebut. menurut ismanto (2020:68) harga merupakan sejumlah uang ‘ditambah beberapa barang yang mungkin yang dibutuhkan untuk

mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang-barang dan pelayanan. harga terjangkau dapat memuaskan pelanggan dalam pembelian suatu produk atau jasa, karena kenyamanan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan isnaini (2018:70).

Selain kualitas pelayanan dan persepsi harga, fasilitas juga sangat mempengaruhi mempengaruhi daya tarik konsumen. Dimana konsumen mencari tempat yang lebih nyaman untuk bersantai. Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada dan disediakan sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen. Menurut Oetama (2017:60) fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, seperti adanya fasilitas wifi, peralatan, mushola dan lain-lain.

Ketika konsumen merasa puas terhadap apa yang sudah diberikan kafe tersebut. Maka otomatis konsumen akan kembali lagi untuk membeli produk tersebut. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014:177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan.. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:75) definisi kepuasan adalah tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen

Dari penjelasan di atas, Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik**"

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157) adalah kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Lupiyoadi (2013:216), indikator kualitas pelayanan, antara lain:

1. Berwujud (Tangible)  
Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.
2. Realibilitas (Reliability)  
Merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
3. Ketanggapan (Responsiveness)  
Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

## Persepsi Harga

Menurut Napitupulu (2021:99) dapat didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap rata-rata harga sebuah jasa dibandingkan dengan kompetitornya. Indikator persepsi harga menurut Suhaily dan Soelasih (2017:113), yaitu:

1. *Consumers trust the quality of products offered in accordance with the price offered*, yang mempunyai arti konsumen mempercayai kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditawarkan.
2. *The manufacturer gives discounts for products marketed when compared with competitor prices*, yang berarti pabrikan memberikan diskon untuk produk yang dipasarkan jika dibandingkan dengan harga pesaing.
3. *The prices charged by manufacturers reasonable*, yang berarti harga yang dibebankan oleh produsen masuk akal.

## Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada dan disediakan sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas ada 3, yaitu:

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial  
Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya dan lain-lain.
2. Perencanaan Ruang  
Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.
3. Perlengkapan/Perabotan  
Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan, mushola lain-lain.

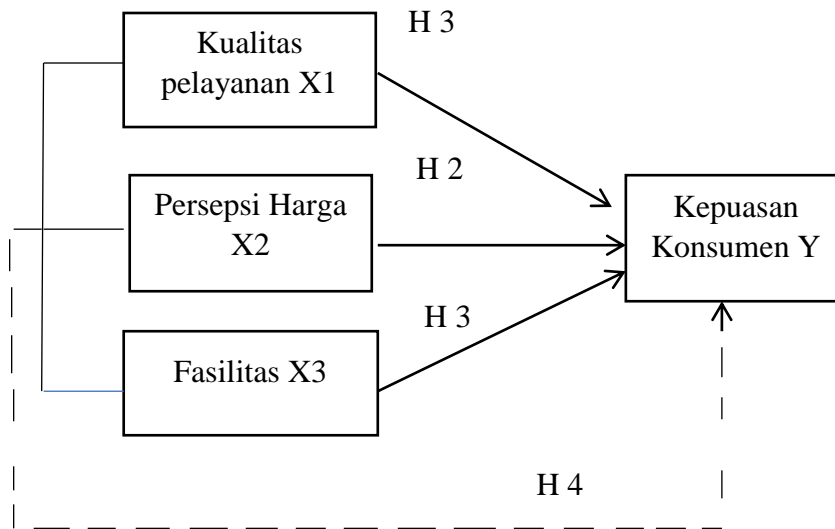
## Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014:177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.

2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan konsumen diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah konsumen akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

### Kerangka Konseptual



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

### Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik
- H2: Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik
- H3: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Angkringan Van Java Gresik
- H4: Kualitas layanan, persepsi harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kafe angkringan van java Gresik. dilakukan pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2023.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh konsumen yang pernah beli di kafe angkringan van java, teknik pengambilan sampel dengan teknik non-probability sampling, jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan hasil perhitungan yaitu 96

responden Namun agar menghasilkan data yang lebih valid maka sampel yang diambil menjadi 100 responden.

### Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data ini diawali dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji f, uji t, analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	X1.1	0,566	0,196	0,000	VALID
	X1.2	0,571	0,196	0,000	VALID
	X1.3	0,488	0,196	0,000	VALID
<b>Persepsi Harga (X2)</b>	X2.1	0,596	0,196	0,000	VALID
	X2.2	0,464	0,196	0,000	VALID
	X2.3	0,431	0,196	0,000	VALID
<b>Fasilitas (X3)</b>	X3.1	0,404	0,196	0,000	VALID
	X3.2	0,525	0,196	0,000	VALID
	X3.3	0,382	0,196	0,000	VALID
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	Y.1	0,617	0,196	0,000	VALID
	Y.2	0,616	0,196	0,000	VALID
	Y.3	0,712	0,196	0,000	VALID

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas hasil dari uji validitas instrumen semua variabel didapatkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,196. Jadi seluruh butir pernyataan atau indikator dari variabel independen maupun dependen terbukti valid dan mampu menjelaskan variabel independen maupun dependen tersebut.

## Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,743	0,60	Reliabel
Persepsi Harga (X2)	0,680	0,60	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,629	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,808	0.60	Reliabel

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa masing-masing variabel nilai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengandemikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel dan konsistensi indikator bisa digunakan pada waktu yang berbeda.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Model	Kolomogorov-Smirnov Z	Kriteria	Keterangan
Unstandardized Residual	.200	> 0,05	Data Normal

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Hasil data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada kolom dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance Value	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	,911	1,097	Nonmultikolinieritas
Persepsi Harga (X2)	,918	1,090	Nonmultikolinieritas
Fasilitas (X3)	,990	1,010	Nonmultikolinieritas

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil dari pengelolaan data diperoleh nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance(TOL)* tidak kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas atau variabel independen, sehingga model regresi layak digunakan.

## Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	68.911	3	22.970	11.115	.000 <sup>b</sup>
	Residual	198.399	96	2.067		
	Total	267.310	99			



Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 11,115. Jika dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,699 pada taraf signifikansi 5%, maka nilai Fhitung >Ftabel , dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan kosumen pada Angkringan Van Java Kabupaten Gresik.

### Uji T

Model	Variabel	Coefficients <sup>a</sup>			Keterangan
		B	t	Sig.	
1	(Constant)	3.490	2.129	0.036	
	Kualitas Pelayanan	0.358	3.606	0.000	H <sub>1</sub> diterima
	Persepsi Harga	0.214	2.408	0.018	H <sub>2</sub> diterima
	Fasilitas	0.172	2.243	0.027	H <sub>3</sub> diterima

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui hipotesis uji t sebagai berikut :

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik.

Hasil uji hipotesis 1 yang menyatakan kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumn (Y) memiliki taraf signifikansi sebesar 0,000. Variabel kualitas pelayanan memiliki signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka hipotesis 1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik.

Hasil uji hipotesis 2 yang menyatakan persepsi harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki taraf signifikansi sebesar 0,018. Variabel persepsi harga memiliki signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,018 < 0,05$ ). Maka hipotesis 2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik.

Hasil uji hipotesis 3 yang menyatakan fasilitas (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki taraf signifikansi sebesar 0,027. Variabel fasilitas memiliki signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,027 < 0,05$ ). Maka hipotesis 3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa fasiitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan

		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.490	1.639		2.129	0.036	
	X1	0.358	0.099	0.332	3.606	0.000	Berpengaruh Signifikan
	X2	0.214	0.089	0.221	2.408	0.018	Berpengaruh Signifikan
	X3	0.172	0.077	0.198	2.243	0.027	Berpengaruh Signifikan
a. Dependent Variable: Y							

Sumber: SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.15, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 3,490 menunjukkan apabila kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan fasilitas (X3) bernilai 0, maka nilai dari kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar nilai konstantanya yaitu 3,490.
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,358, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga naik sebesar 0,358, dengan persepsi harga (X2) dan fasilitas (X3) bernilai tetap.
3. Nilai koefisien regresi persepsi harga (X2) sebesar 0,214, artinya jika variabel persepsi harga (X2) naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga naik sebesar 0,214, dengan asumsi kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X3) bernilai tetap.
4. Nilai koefisien regresi fasilitas (X3) sebesar 0,172, artinya jika variabel fasilitas (X3) naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga naik sebesar 0,172, dengan asumsi kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2) bernilai tetap.
5. e merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi yang disebabkan oleh adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel nilai perusahaan tetapi tidak masuk dalam model persamaan.

#### Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Std. Error of the Estimate	Keterangan
.508 <sup>a</sup>	.258	1,43759	Pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y adalah sebesar 25,8%

Sumber : SPSS 26, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji koefisien determinasi, besarnya nilai Adjusted R Square yaitu 0,258 yaitu berarti seluruh variabel pada regresi linier mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebesar 25,8% dan sisanya sebesar 74,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat didalam penelitian.

## PEMBAHASAN

### **1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik**

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik yaitu dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H1 diterima. Hasil tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

### **2. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik**

persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik yaitu dengan nilai signifikan sebesar 0,018 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H2 diterima. Hasil ini menyatakan semakin baik anggapan konsumen terhadap suatu harga maka semakin tingginya kepuasan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

### **3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Angkringan Van Java Gresik**

fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik yaitu dengan nilai signifikan sebesar 0,027 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H3 diterima. Maka dapat diartikan semakin tinggi dan lengkapnya fasilitas yang ada juga membuat kepuasan konsumen itu tinggi.

### **4. Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik**

Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Angkringan Van Java Gresik yaitu diperoleh nilai F hitung sebesar 11,115. Jika dibandingkan dengan nilai Ftabel sebesar 2,699 pada taraf signifikansi 5%, maka nilai Fhitung > Ftabel ( $11,115 > 2,699$ ), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H4 diterima. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, semakin baik persepsi harga dan baiknya tingkat fasilitas maka akan membuat kepuasan konsumen tercapai.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dan juga pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik maka dapat di peroleh kesimpulan:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya.
2. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik. Hal ini berarti semakin baik anggapan konsumen terhadap suatu harga maka semakin tingginya kepuasan yang dimiliki oleh konsumen, begitu juga sebaliknya.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik. Hal ini berarti semakin baik dan lengkapnya fasilitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya.
4. Kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe angkringan van java gresik.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta keterbatasan masalah dalam penelitian, maka saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi pemilik kafe angkringan van java gresik bisa meningkatkan atau melengkapi fasilitas yang ada di angkringan van java gresik terutama pada indikator perlengkapan atau prabotan yang memperoleh nilai respon jawaban yang terkecil, sehingga pemenuhan dari segi peralatan dan infrastruktur bisa ditingkatkan lagi kedepannya.
2. Bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen misalnya kualitas produk, promosi, citra merek dan lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data rujukan untuk penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan memperluas objek penelitian sehingga bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan hasil yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar,ifulSatrio,B (2015),Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*,Vol,4No 12
- Apriliani, Ni Luh Putu, Ni Putu Nita Anggraini, Pande Ketut Ribek (2022) Pengaruh Persepsi Harga,Kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali,*Jurnal Emas E-ISSN : 2274-3020 Vol 3 Nomor 3 Maret 2022*
- Arikunto,S. (2013). *Prosedur Penelitian:Suatu Pendekatan Praktik*,Jakarta:Rineka Cipta.
- Cahya, N., & Shihab, M. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus. Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(01), 34-46.
- Gofur,A. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisisiis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>
- Husein.Umar.2013. *Metod Penelitian Untuk Skripsi dan Tesi Bisnis Edisi Kedua*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Isnaini,S.(2018). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Stud Kasus Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP)Andini Jombang,Bima: *Journal of Business and Innovation Management*,1(1),69-81.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infraq: Jurnal*

Ismanto. (2020). *Manajemen Pemasaran*, no.1. Pamulang: Unpas Press.

Khumaini, Sabik, Fahrudin, Samsuri (2022) Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* E-ISSN Vol Hlm DOI 2580-3816 3 No 2, 143-153 10.300

Kotler, P dan Armstrong, G. (2017). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga, Penerjemah: Sindoro, A

Kotler, P and Keller, K.L., (2016). *Marketing Management*, (16th edition) New Jersey: Prentice Hall Published.

Kotler, P dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga

Lupiyodi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Maydiana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2), 444–450.

Magdalena, M., & Musthafa. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pakaian Bekas Impor di Pasar Lereng Kota Bukittinggi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 1–15.

Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN*, 2020, 1.2.

Martono, M. (2019). pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pengguna kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *Medikora*, 18(1), 27-32. <https://doi.org/10.21831/imedikora.v18i1.29193>

Mirella R.N., N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>

- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Atalya RileninSudeco.
- Nirwana,(2014) *Pemasaran Jasa*,Penerbit Alta,Jakarta.
- Nurdiansyah, M. D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1).
- Oetama,S.2017.Pengaruh Fasilitas dan Kualitas PelayananTerhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt,Bank Mandiri (PERSERO)Tbk di Sampit (2001).59-65.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23-32.
- Sahir,H,S (2022). *Metodologi Penelitian*.Bojonegoro:Penerbit Kbm Indonesia
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7(3), 31–38.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily,L dan Soelasih,Y. (2017) What Effects Repurchase Intention of Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113-122.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Museum Satwa ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–9.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1017/1200>
- Syafitri, D., Pratomo, A. W., & Zuhdi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Penyediaan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Duta Medika Pratama di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 615-624.
- Tjiptono F.dan chandra.G.(2016). *service quality and satisfaction*,edisi ke-4yogyakarta.
- Tjiptono,F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip,Penerapan,Penelitian)*. Andi Offset.
- Zakaria, S. I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi. *Universitas Diponegoro*, 22–24.
- Zakiya Muslichati, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus. *Management Analysis Journal*, 4(4), 341–347.

Zeithaml dan Bitner, M.J. (2013) *Service Marketing*, Six Edition. America. Mc Graw Hill