ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, EMPATI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada Koffie Corner Kecamatan Kertosono)

Oleh:

EMI LIYA FITRIANI

13.1.02.02.0052

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc**
2. **Dhiyan Septa W., M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURATPERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN2017

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	: EMI LIYA FITRIANI
NPM	: 13.1.02.02.0052
Telepun/HP	: 082230619411
Alamat Surel (Email)	: emiliafitriani@yahoo.com
Judul Artikel	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, EMPATI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Koffie Corner Kecamatan Kertosono)
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI-MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, KotaKediri, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 03 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc **NIDN. 0718048502**	**Dhiyan Septa W., M.M** **NIDN. 0730098401**	**Emi Liya Fitriani** **13.1.02.02.0052**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, EMPATI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada Koffie Corner Kecamatan Kertosono)

Emi Liya Fitriani
13.1.02.02.0052
Ekonomi - Manajemen
emiliafitriani@yahoo.com
Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc dan Dhiyan Septa W., M.M

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Emi Liya Fitriani : Pengaruh Kualitas Produk, Empati, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Koffie Corner Di Kecamatan Kertosono), Skripsi Manajemen, Manajemen, Fakultas Ekonomi UN PGRI KEDIRI, 2017
Kata kunci : Kualitas Produk, Empati, Harga, Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi pada kepuasan pelanggan di koffie corner kertosono dengan kualitas produk yang merupakan satu unsur yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Sikap empati karyawan di koffie corner yang tinggi dalam bekerja sangat dibutuhkan. Harga juga merupakan sejumlah nilai yang dikorbankan konsumen untuk membeli suatu barang/jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Koffie Corner 2)Menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pada Koffie Corner 3) Menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Koffie Corner 4) Menganalisis pengaruh kualitas produk, empati, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Koffie Corner.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunkan adalah kausalitas. Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan yang berkunjung pada koffie corner kertosono dans sampel yang digunakan berjumlah 40 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Kesimpulan dari penelitian ini secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,000, empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,000 dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,000. Secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas produk, empati,dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 68,136.

KATA KUNCI : Kualitas Produk, Empati, Harga, Kepuasan Pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu diluar rumah sehingga mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya yaitu mencari makanan dan minuman diluar rumah, banyak wanita pekerja atau karir yang menghabiskan waktu diluar rumah. Oleh sebab itu para pekerja lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan makannya diluar rumah, selain untuk memenuhi kebutuhan makannya, mereka juga mencari tempat makan atau kedai yang memiliki suasana tenang dan nyaman. Karena setelah seharian melakukan pekerjaan yang melelahkan mereka membutuhkan ketenangan dan kenyamanan untuk mengembalikan kondisi tubuh mereka.

Ini yang terjadi pada perkembangan usaha koffie shop pada Koffie Corner kertosono.Sekarang paradigma tentang koffie shoop telah berubah, yang sebelumnya hanya menyediakan tempat untuk para pecinta atau penikmat kopi saja untuk dijual namun sekarang menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. Selain untuk memuaskan para pelanggan, usaha koffie shop pada koffie corner ini juga menyediakan suasana yang nyaman, tenang dalam menikmati secangkir kopi.

Kualitas produk merupakan salah satu unsur yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian Jahanshashiet al dalam Ghanimata (2012:28)

Roger dalam Taufik, (2012) menawarkan dua konsepsi. Pertama, dia menulis empati adalah melihat kerangka berpikir internal orang lain secara akurat. Kedua, dalam memahami orang lain tersebut individu seolah-olah masuk dalam diri orang lain sehingga bisa merasakan dan mengalami sebagaimana yang

dirasakan dan dialami oleh orang lain itu, tetapi tanpa kehilangan identitas dirinya sendiri.

Umar dalam Hendra (2009: 21) menyatakan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Kotler & Keller (2009:138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Jika konsumen puas, maka konsumen akan dengan sukarela menyebarkan informasi produk tersebut pada konsumen lain. Dengan demikia, mekanisma *word of mouth* (dari mulut ke mulut) menjadi perpanjangan tangan penjual untuk menyebarluaskan produknya Nuryatno dalam Jefri (2014:45).

Koffie Corner merupakan sebuah Koffie Shop yang terletak di kecamatan kertosono merupakan warung kopi yang pertama kali menyajikan berbagai macam olahan atau racikan kopi dengan berbagai variasi rasa. Sesuai namanya produk utama yang ditawarkan dari Warong kopiini adalah berbagai macam jenis kopi yang didatangkan langsung dari luar daerah di jawatimur. Keistimewaan dari kopi-kopi yang biasa orang nikmati adalah dalam cara meraciknya. Jika pada koffie-koffie shop lainnya kopi yang disajikan dalam bentuk instan atau kopi sachet, lain halnya dengan cara menyajikan pada koffie corner yaitu dengan langsung memblender kopi yang sudah digoreng pada saat orang tersebut memesan. Mengapa demikian, karena untuk menjaga kemurnian rasa pada kopi tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk mengambil tema ini lebih jauh dengan memilih judul penelitian " **Pengaruh Kualitas Produk, Empati dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Koffie Corner Kecamatan Kertosono).**

II. METODE PENELITIAN

A. Teknik dan pendekatan penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan adalah kausal komparatif. Menurut Kuncoro (2009:271), penelitian komparatif *(Causal Comparative Research)* berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya fenomena yang diteliti. Penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui adakah pengaruh kualitas produk (X1), empati (X2), dsan harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Koffie Corner Kertosono.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalaha pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Selain itu dalam penelitian ini proses pengumpulan data denagna menggunakan kuesioner dan study pustaka.

Menurut Sugiyono (2014 : 13) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut :

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang belandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:215), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang berkunjung di Koffie Corner Kertosono. Jumlah populasi tidak dapat diidentifikasikan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:215), “sampel adalah bagian dari jumalah karakterstik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel diambil karena tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Penarikan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, menghadapi populasi yang begitu banyak. Data yang diperoleh dari sampel tersebut kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan dan kesimpulan tersebut berlaku

untuk populasi. Karena sampel ini merupakan sebagian jumlah yang mewakili populasi, maka sampel harus benar benar representatif.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:122) pengertian *purposive sampling* adalah "*Puposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Adapun pertimbangan dari pemilihan responden adalah dari usia minimal 13 tahun, dan pelanggan yang sudah berkunjung minimal 2x.

Menurut Sugiyono (2014:85), menentukan ukuran jumlah variabel yang diteliti. Jumlah anggota sampel yang ditetapkan 10 x 4 = 40 responden. Hal ini dianggap sudah mewakili karena sesuai dengan standar minimal.

C. Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini digunaka beberapa metode pengumpulan data.

a. Study Lapangan (*File Research*)

Dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data mengenai hal-hal atau mempelajari teori maupun data praktis dari perpustakaan sehubungan dengan judul atau pokok bahasan yang akan diteliti.

b. Study Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai sumber dan mempelajari literatur-literatur yang sehubungan dengan topik bahasan untuk memperoleh dasar teoritis yang berhubungan.

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisi data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini merupakan suatu metode yang digunakan dalam pengolahan data dengan rumus statistik untuk mengetahui hubungan variabel satu dengan yang lainnya.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan uji kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Nilai t-hitung 6,344 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 2,028. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama "kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima.

Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu Koffieshop apabila koffieshop tersebut dapat menyediakan produk makanan dan minuman yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Yanuar Mubarok, (2014)mengulas tentang Pengaruh pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk, empati, dan fasilitas terhadap kepuasan anggota dalam menyimpan dana di BMT (studi pada anggota penyimpan dana di KJKS BMTBIna Ihsanul Fikri Yogyakarta) menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk, empati dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 6,153 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 2,028. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua "empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima.

Pelayan yang mempunyai rasa empati tinggi kepada pelanggan seperti ramah dan sopan, lebih memperhatikan pelanggan maka pelanggan akan merasa senang dan nyaman saat berkunjung di Koffie Corner kertosono. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Ahmad Fauzi, (2017) mengulas tentang "Analisis bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan jaminan serta empati terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus PT. Karya zirang utama isuzu kudus divisi servis)" yang menyimpulkan

bahwa Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan serta empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan uji t harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 7,732 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 2,028. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga "empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima .

Harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan porsi dan cita rasa serta harga yang mampu bersaing dengan produk lainnya membuat minat beli masyarakat semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Jefry F.T. Bailia, (2014) mengulas tentang pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota manado.

4. **Pengaruh Kualitas Produk, empati dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil uji t diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Nilai F-hitung yang diperoleh yaitu 68,136 lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 2,87. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan "kualitas produk, empati, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,718 yang berarti bahwa 71,8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, empati dan harga.

Dari ketiga variabel yaitu kualitas produk, empati dan harga dominan terhadap kepuasan pelanggana adalah Harga dengan nilai beta sebesar 0,868. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada Koffie Corner Kertosono harga lebih banyak mempengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk dan empati. Jadi

pemberian diskon atau potongan harga pada setiap pembelian makanan dan minuman dengan syarat dan ketentuan yang diberlakukan pada koffie corner dapat menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali. Semakin baik kualitas produk, empati serta harga yang ditawarkan dan tidak berlebihan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Koffie Corner Kertosono.

B. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Kualitas produk, Empati, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Hendra Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3*. Diunduh melalui https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2023/1609. pada tanggal 10 Oktober pukul 10.45 WIB.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.