

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI BARRA *COFFEE & SPACE*
KABUPATEN PASAMAN BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

**SINTA FELMA DESVIKA
NIM. 18135055/2018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

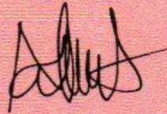
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI BARRA *COFFEE & SPACE* KABUPATEN
PASAMAN BARAT**

Nama : Sinta Felma Desvika
NIM/BP : 18135055/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 20 Februari 2023

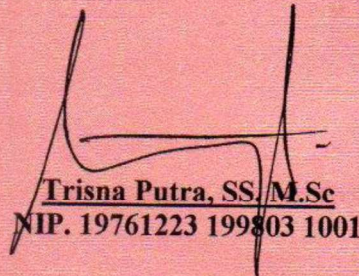
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, SE, M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

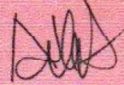

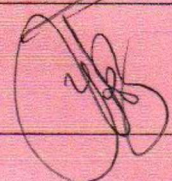
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Barra *Coffee & Space* Kabupaten Pasaman Barat
Nama : Sinta Felma Desvika
NIM/BP : 18135055/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2023

Tim Penguji

| Nama | Tanda Tangan |
|--|--|
| 1. Ketua : Nidia Wulansari, SE, M.M | 1.  |
| 2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D,CHE | 2.  |
| 3. Anggota : Yuke Permata Lisna, S.ST, M.Par | 3.  |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Sinta Felma Desvika
NIM/TM : 18135055/ 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Barra *Coffee & Space* Kabupaten Pasaman Barat” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761228 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Sinta Felma Desvika
NIM. 18135055

ABSTRAK

Sinta Felma Desvika (2023).“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Barra *Coffee & space* Kabupaten Pasaman Barat”.Skripsi. Program Studi D4 Manajemen Perhotelan. Jurusan Pariwisata. Universitas Negeri Padang

Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa permasalahan yaitu, terjadinya ketidakstabilan pada tingkat kunjungan, pelayanan yang kurang peduli, pelayanan yang kurang ramah, konsumen kurang merekomendasikan, harga relative mahal. Tujuan penelitian ini Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan data kuantitatif.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Barra *Coffe & Space*. Sampel penelitian berjumlah 93 orang konsumen dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala likert yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Data dari penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 25.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori cukup baik yaitu 100%. Selanjutnya pada variabel harga berada pada kategori cukup baik yaitu 51,61%. Dan pada variabel kepuasan konsumen berada pada kategori cukup baik dengan persentase 100%. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) Terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan skor 22,8% serta 68,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai F hitung 14.571 dengan sig. 0,000 < 0,05.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, harga, Kepuasan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi tentang “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Barra Coffee & space Kabupaten Pasaman Barat*”

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc, selaku Ketua Prodi Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Arif Adrian, S.E,M.SM. selaku Dosen Penasehat Akademik di Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Nidia Wulansari, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran serta motivasi untuk menyelesaikan Skripsi.
5. Bapak Feri Ferdian, S.ST,M.M, Ph.D, CHE selaku penguji satu
6. Ibu Yuke Permata Lisna, SST,M.Par selaku penguji dua
7. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

8. *Owner Barra coffee & space* yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, serta semua keluarga besar yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Mahasiswa Manajemen Perhotelan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
11. Untuk orang tersayang yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, 24 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| C. Batasan Masalah..... | 8 |
| D. Rumusan Masalah | 9 |
| E. Tujuan Penelitian | 9 |
| F. Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Kajian Teori | 12 |
| 1. Pengertian Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2. Pengertian Harga | 14 |
| 3. Pengertian Kepuasan Konsumen..... | 17 |
| B. Kerangka Konseptual | 19 |
| C. Hipotesis Penelitian..... | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 21 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian | 21 |
| C. Variabel Penelitian | 22 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian | 22 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian | 22 |
| F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 24 |
| G. Instrument Penelitian..... | 25 |
| H. Uji Coba Instrumen | 28 |
| I. Teknik Analisis Data..... | 32 |

| | |
|--|------------|
| J. Uji Persyaratan Analisis | 34 |
| K. Pengujian Hipotesis..... | 36 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Analisis karakteristik responden | 38 |
| 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 38 |
| 2. Karakteristik responden berdasarkan umur | 38 |
| 3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan | 39 |
| 4. Karakteristik berdasarkan kunjungan | 39 |
| B. Deskripsi data | 40 |
| 1. Deskripsi data variabel kualitas pelayanan | 40 |
| 2. Deskripsi data variabel harga | 56 |
| 3. Deskripsi data variabel kepuasan konsumen | 69 |
| C. Uji Persyaratan analisis | 79 |
| D. Pembahasan..... | 88 |
| BAB V. PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 98 |
| B. Saran..... | 99 |
| DAFTAR PUSTAKA | 102 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 1 | Jumlah Karyawan di Barra <i>coffee & space</i> | 4 |
| Tabel 2 | Perkiraan Data Konsumen Barra <i>Coffee & space</i> | 5 |
| Tabel 3 | Perbandingan Harga Barra <i>Coffee & space</i> dan <i>Coffee Shop X</i> | 7 |
| Tabel 4 | Jumlah Data Konsumen di Barra <i>Coffee & space</i> | 23 |
| Tabel 5 | Skala <i>Likert</i> | 26 |
| Tabel 6 | Kisi-Kisi Operasional Variabel Penelitian..... | 26 |
| Tabel 7 | Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) | 29 |
| Tabel 8 | Uji Validitas Variabel Harga (X_2) | 30 |
| Tabel 9 | Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 30 |
| Tabel 10 | Uji reliabilitas | 32 |
| Tabel 11 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 38 |
| Tabel 12 | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 38 |
| Tabel 13 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 39 |
| Tabel 14 | Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan..... | 40 |
| Tabel 15 | Statistik Variabel Kualitas Pelayanan..... | 40 |
| Tabel 16 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan di Barra Coffee & Space Kabupaten Pasaman Barat | 41 |
| Tabel 17 | Tingkat Capaian Responden Mengenai Kualitas Pelayanan | 42 |
| Tabel 18 | Data Statistik Indikator Tangible (Bentuk Fisik) | 44 |
| Tabel 19 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) di Barra Coffee Kabupaten Pasaman Barat | 45 |
| Tabel 20 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Tangible (Bentuk Fisik)..... | 45 |
| Tabel 21 | Data Statistik Indikator <i>Empaty</i> | 46 |
| Tabel 22 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang <i>Emphaty</i> di Barra Coffee & Space Kabupaten Pasaman Barat | 47 |
| Tabel 23 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Empaty</i> .. | 48 |
| Tabel 24 | Data Statistik Indikator Reliability/Keandalan..... | 49 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 25 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang <i>Reliability</i> di Barra Coffee & Space Kabupaten Pasaman Barat | 50 |
| Tabel 26 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Reliability/Keandalan | 50 |
| Tabel 27 | Data Statistik Indikator Responsive/Tanggapan..... | 51 |
| Tabel 28 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang <i>responsive</i> di Barra Coffee & Space Kabupaten Pasaman Barat | 52 |
| Tabel 29 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Responsive/Tanggapan..... | 53 |
| Tabel 30 | Data Statistik Indikator Assurance/Jaminan | 54 |
| Tabel 31 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang <i>Assurance</i> di Barra Coffee & Space Kabupaten Pasaman Barat | 53 |
| Tabel 32 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Assurance/Jaminan..... | 55 |
| Tabel 33 | Data Hasil Perhitungan Statistik Variabel Harga | 56 |
| Tabel 34 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Harga | 57 |
| Tabel 35 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga | 57 |
| Tabel 36 | Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga | 59 |
| Tabel 37 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Keterjangkauan Harga | 60 |
| Tabel 38 | Tingkat Capaian Responden Mengenai Keterjangkauan Harga..... | 60 |
| Tabel 39 | Data Statistik Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk..... | 61 |
| Tabel 40 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kesesuaian Harga | 62 |
| Tabel 41 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk..... | 63 |
| Tabel 42 | Data Statistik Indikator Kesesuaian Harga dengan Kebutuhan..... | 64 |
| Tabel 43 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kesesuaian Harga dengan Kebutuhan | 65 |
| Tabel 44 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harga dengan Kebutuhan | 65 |

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 45 | Data Statistik Indikator Daya Saing Harga..... | 66 |
| Tabel 46 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Daya Saing Harga..... | 67 |
| Tabel 47 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Daya Saing Harga | 68 |
| Tabel 48 | Statistik Variabel Kepuasan Konsumen | 69 |
| Tabel 49 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kepuasan Konsumen | 70 |
| Tabel 50 | Tingkat Capaian Responden Mengenai Kepuasan Konsumen..... | 70 |
| Tabel 51 | Data Statistik Indikator Kesesuaian Harapan | 72 |
| Tabel 52 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kesesuaian Harapan | 73 |
| Tabel 53 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harapan | 73 |
| Tabel 54 | Data Statistik Indikator Minat Berkunjung Kembali..... | 74 |
| Tabel 55 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Minat Berkunjung Kembali | 75 |
| Tabel 56 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Berkunjung Kembali..... | 76 |
| Tabel 57 | Data Statistik Indikator Kesiediaan Merekomendasi | 77 |
| Tabel 58 | Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kesiediaan Merekomendasi | 78 |
| Tabel 59 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesiediaan Merekomendasi..... | 78 |
| Tabel 60 | Hasil uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen | 80 |
| Tabel 61 | Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Uji Glejser Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen | 81 |
| Tabel 62 | Hasil Uji Multikolineritas Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen | 82 |
| Tabel 63 | Analisis Regresi Linear Berganda | 83 |
| Tabel 64. | Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... | 84 |
| Tabel 65. | Koefisien Determinan | 84 |

| | |
|--|----|
| Tabel 66. Analisis Regresi Linear | 85 |
| Tabel 67. Koefisien Regresi Variabel Harga (X2) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen(Y)..... | 85 |
| Tabel 68. Koefisien Determinan | 86 |
| Tabel 69. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 87 |
| Tabel 70. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 87 |
| Tabel 71. Koefisien Determinan | 88 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|--|---|
| Gambar 1 | Tampak Depan Barra <i>Coffee & Space</i> (2022)..... | 4 |
| Gambar 2 | Kepuasan Konsumen..... | 6 |
| Gambar 3 | Review Kualitas Pelayanan Konsumen..... | 6 |
| Gambar 3 | Review Kualitas Pelayanan Konsumen..... | 7 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner makanan dan minuman di Indonesia dalam era globalisasi zaman ini sudah semakin berkembang dan tersebar di berbagai tempat mulai dari kota besar sampai kota kecil. Hal ini disebabkan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia yang wajib terpenuhi untuk menunjang aktifitas sehari-hari.

Pertumbuhan tersebut disebabkan oleh dorongan masyarakat yang mulai banyak mengembangkan usaha kuliner makanan dan minuman. Banyak jenis bentuk usaha kuliner yang telah diciptakan manusia dalam mengolah makanan dan minuman saat ini yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membelinya. Bentuk usaha makanan dan minuman secara umum dikenal seperti kafe, restoran, bar, *coffee shop* dan lain-lain. Pernyataan tersebut senada menurut Hastuti (2012), bisnis dibidang makanan dan minuman adalah salah satu jenis yang tidak pernah ada matinya. Selama manusia masih hidup pasti akan membutuhkan makanan dan minuman.

Usaha kuliner merupakan bentuk bisnis yang dikenal menjanjikan pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti pada saat ini. Hal ini membuat pemilik usaha harus pandai dalam melihat kebutuhan pelanggan. Serta mampu menciptakan beragam inovasi dalam menyusun rancangan strategi pemasaran yang matang dan kreatif mengingat semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya.

Menurut (Herlyana:2014) *coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar atau pun *live music*, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel.

Belakangan ini, sebuah restoran dan *coffee shop* menjadi salah satu gaya hidup baru di kalangan masyarakat saat ini, banyak yang menjadikan *coffee shop* sebagai tempat bersantai, mengadakan pertemuan, sampai dapat mengerjakan suatu tugas dengan waktu yang lama. Untuk menjaga loyalitas dan menarik konsumen untuk datang kembali maka pemilik *coffee shop* harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya sehingga dapat menciptakan kepuasan dari dalam diri konsumen setelah berkunjung (Sinta:2022).

Menurut Tjiptono (2012:2), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik. Saat pelayanan yang disajikan kepada konsumen bagus, maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya bila pelayanan yang disajikan tidak bagus, maka konsumen tidak akan merasa puas. Adapun indikator kepuasan konsumen Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2015:101) terdiri dari: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Kesediaan merekomendasikan. Kepuasan konsumen bisa didapatkan dengan

memperhatikan kualitas pelayanan agar memenuhi harapan yang diharapkan konsumen (Ismail & Yusuf, 2021:414).

Menurut Nadapdap, dkk (2019:59), kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya yang disertai dengan upaya yang profesional menyiapkan layanan untuk memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dikatakan menjadi kunci konsisten dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan (Pramana, 2012:4). Penyedia layanan harus mampu membedakan diri dengan pesaingnya di pasar. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu: Bukti fisik (*Tangibles*), Empati (*emphaty*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*). Selain kualitas pelayanan, harga juga termasuk hal penting yang menjadi kelebihan perusahaan (Aprileny dan Emarawati,2019:238).

Menurut Nurhayati (2017:62), harga adalah nilai pertukaran berupa jumlah yang harus dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang atau jasa. Dalam bisnis kuliner seperti *Coffee shop*, harga berpengaruh terhadap kinerja finansial pada suatu perusahaan dan memiliki pengaruh yang penting terhadap persepsi pembeli pada konsumen. Nasution (2019:4) berpendapat bahwa harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Konsumen cenderung tidak memilih produk akan mencoba mencari pilihan lain ketika tidak puas dengan harga yang ditawarkan. Adapun indikator harga yaitu: Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan kebutuhan dan daya saing harga.

Kabupaten Pasaman Barat sebagai salah satu Kabupaten di Sumatera Barat yang memiliki peluang dalam melakukan bisnis kuliner karena tingginya minat masyarakat untuk selalu menghabiskan waktu bersantai di cafe atau *coffee shop*. Ini disebabkan karena banyak bermunculan cafe-cafe dan *coffee shop* di Pasaman Barat seperti Marulla *coffee*, Foreshtree, Paradista *Coffee* dan Barra *coffee & space*. Tingginya tingkat persaingan bisnis di kabupaten Pasaman Barat dalam perkembangan tersebut, banyak cafe dan *coffee shop* yang berusaha meningkatkan kualitas pelayanan salah satunya Barra *coffee & space* sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dapat dilihat pada table dibawah ini jumlah karyawan yang ada di Barra *coffee & space*, sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Karyawan di Barra *coffee & space*

| No. | Departemen | Jumlah Karyawan |
|-----|------------------------------------|-----------------|
| 1. | <i>Manajer/ roster</i> | 1 Orang |
| 2. | <i>Head barista</i> | 2 Orang |
| 3. | <i>Barista</i> | 3 Orang |
| 4. | <i>Chef</i> | 3 Orang |
| 5. | <i>Assisten roaster</i> | 1 Orang |
| 6. | <i>Admin barra/ konter creator</i> | 1 Orang |
| | Total | 11 Orang |

(Sumber : Barra *coffee & space*)



Gambar 1. Tampak Depan Barra Coffee & Space (2022)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Barra Coffee & space adalah *Coffee Shop*

yang terletak di Batang toman, Simpang Empat, Kec. Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Memiliki bangunan yang cukup luas dengan area *indoor* dan *outdoor*. Terdapat berbagai menu kopi dan aneka makanan ringan yang disajikan di tempat ini. *Barra Coffee & space* juga memiliki beberapa fasilitas lainnya seperti toilet, *live music*, *free Wi- Fi* dan *parking area* yang bertujuan untuk membuat suasana nyaman bagi pengunjung yang datang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pengelola *Barra Coffee & space* pada 10 Agustus 2022, didapatkan informasi berupa data perkiraan konsumen *Barra Coffee & space* periode Oktober 2021 sampai Maret 2022 sebagai berikut:

Tabel 2. Perkiraan Data Konsumen Barra Coffee & space

| Bulan | Konsumen |
|--------------|--------------|
| Maret | 1.100 |
| April | 1.000 |
| Mei | 950 |
| Juni | 900 |
| Juli | 1.250 |
| Agustus | 1.300 |
| September | 1.250 |
| Total | 7.750 |

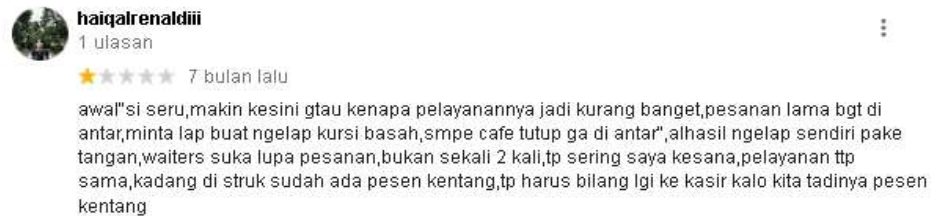
Sumber: Owner Barra Coffee & space(2022)

Masalah pertama dapat dilihat pada tabel 1. di atas, yang menyatakan bahwa kunjungan pengunjung dari bulan maret sampai bulan September 2022 tidak stabil dan menjadi permasalahan diduga karena ketidakpuasan terkait kualitas pelayanan.



Gambar 2. Review Kepuasan Konsumen
Sumber: Google Review (2022)

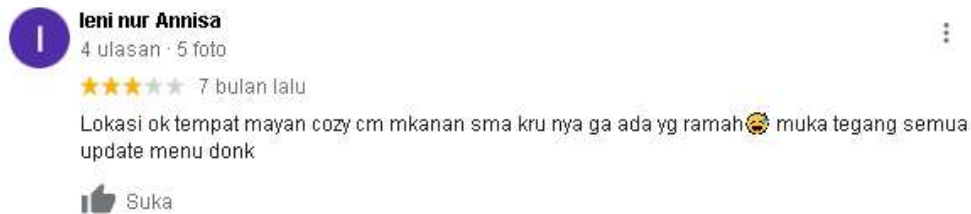
Masalah selanjutnya terkait indikator kepuasan konsumen ditemukan pada ulasan konsumen yang tidak merekomendasikan Barra *Coffee & space* karena tidak terlalu menyukai suasana yang ramai di Barra *Coffee & space*.



Gambar 3. Review Kualitas Pelayanan Konsumen
Sumber: Google Review (2022)

Berdasarkan hasil ulasan google dari beberapa informan di dapatkan permasalahan mengenai kualitas pelayanan. Informan tersebut mengeluhkan bahwa pesanan yang datang lumayan lama dan tidak tepat waktu sehingga perlu nya peningkatan pelayanan pada indikator daya tanggap (*Responsive*) pada *coffee shop* tersebut.

Masalah selanjutnya yang terkait dengan ulasan gambar 3, yaitu pada indikator. Perhatian (*Attention*) terdapat konsumen yang menuliskan keluhan karena *waiter* yang tidak ramah.



Gambar 4. Review Kualitas Pelayanan Konsumen
Sumber: Google Review (2022)

Berdasarkan beberapa paparan dari masalah tersebut, dapat dilihat urgensi dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di suatu *coffee shop* terhadap kepuasan konsumen karena pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting dalam penilaian konsumen dan merupakan suatu titik ukur bagi setiap konsumen dalam mengunjungi cafe atau *coffee shop*. Dan jika pelayanannya kurang, maka *coffee shop* tersebut dapat ditingkatkan lagi pelayanannya agar konsumen merasa puas mengunjunginya dan merasa nyaman saat berada disana.

Selanjutnya, untuk harga yang ditawarkan di Barra *Coffee & space* relative mahal dibandingkan pesaing di sekitar lokasi Barra *Coffee & space*. Hal ini dibuktikan dengan membandingkan harga produk Barra *Coffee & space* dengan salah satu pesaing. Di bawah ini telah terlampir daftar tabel perbandingan harga kopi pada Barra *Coffee & space* dengan *Coffee shop X*:

Tabel 3. Perbandingan Harga Barra *Coffee & space* dan *Coffee Shop X*

| No. | Menu | Harga | |
|-----|-------------------|---------------------------------|----------------------|
| | | Barra <i>Coffee & Space</i> | <i>Coffee Shop X</i> |
| 1 | Cappucino | Rp 18.000 | Rp. 16.000 |
| 2 | Coffe Latte | Rp. 18.000 | Rp. 16.000 |
| 3 | Caramel Macchiato | Rp. 20.000 | Rp. 22.000 |
| 4 | Affogato | Rp. 18.000 | Rp. 18.000 |
| 5 | Tiramisu Latte | Rp. 22.000 | Rp. 20.000 |

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Pada tabel 2 tersebut terlihat bahwa beberapa menu seperti Cappucino, *Coffee Latte* dan Tiramisu Latte di *Barra Coffee & space* lebih mahal dibandingkan dengan *Coffee Shop X*. Sementara menu Affogato harganya sama, dan menu Caramel Macchiato lebih murah dibandingkan dengan *Coffee Shop X*.

Dari uraian permasalahan di atas peneliti tertarik mengangkat judul penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Barra Coffee & space Kabupaten Pasaman Barat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, maka dapat diidentifikasi masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat kunjungan konsumen masih belum stabil dan cenderung menurun
2. Konsumen kurang merekomendasikan *barra coffee & space* karena suasana yang ramai dan cenderung bising
3. Pelayanan tidak sesuai harapan karena karyawan yang kurang peduli
4. Pelayanan tidak sesuai harapan karena karyawan yang tidak ramah
5. Harga yg ditawarkan tidak sesuai harapan konsumen karena relatif mahal dibanding harga pesaing.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, batasan masalah untuk penelitian ini dibatasi pada:

1. Kualitas pelayanan.
2. Harga
3. Kepuasan konsumen.
4. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah serta fokus masalah yang telah diuraikan penulis di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Barra *Coffee & space*?
2. Bagaimana pengaruh harga yang ada di Barra *Coffee & space*?
3. Bagaimana kepuasan konsumen yang terdapat di Barra *Coffee & space*?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space* Kabupaten Pasaman Barat.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan kualitas pelayanan di Barra *Coffee & space*?
- b. Mendeskripsikan harga di Barra *Coffee & space*?
- c. Mendeskripsikan kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?
- d. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?
- e. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?
- f. Menganalisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Barra *Coffee & space*?

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Coffee Shop*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik *coffee Shop* bagaimana memberikan kepada konsumen dalam hal pelayanan.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang dan menjadi acuan bagi mahasiswa yang ingin menyelesaikan skripsi dengan wawasan mengenai kualitas pelayanan.

a. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, Sumbangan ilmiah dan masukan pengembangan ilmu di bidang industri makanan dan minuman yang ingin membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Barra Coffee & space* Kabupaten Pasaman Barat.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan, serta agar mengetahui masalah-masalah nyata terkait pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di *Barra Coffee & space* Kabupaten Pasaman Barat.