

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh

Fajri Hidayat

Universitas Negeri Padang

Hijriyantomi Suyuthie

Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis : pajikselah@gmail.com

ABSTRAK. *This research is motivated by customer complaints about visiting customer satisfaction which is influenced by price and service quality at Gerobak Kopi Payakumbuh. The research purpose was to describe the price and quality of service on satisfaction of customer and to determine the effect of these three variables. The research type used is quantitative with a clausal approach. This research was conducted at Gerobak Kopi Payakumbuh. Sampling for this research was using purposive sampling technique non probability sampling type. The type of data in this study is primary data. This instrument for research uses a questionnaire (questionnaire) which has been arranged according to a Likert scale which has been tested for validity and reliability first. This data was analyzed using the SPSS version 26.00 program. The results of the study, namely Price is included in the good enough category with a respondent achievement level of 47.76%, Service Quality by a respondent achievement level of 46.60% is included in the sufficient category and Customer Satisfaction with a respondent achievement level of 45.76% with a sufficient category. The contribution of Price (X1) and Service Quality (X2) to Satisfaction of Customer is 80.01% while the remaining 19.99% is impacted by another factors.*

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian dilaksanakan dengan latar belakang keluhan dari pelanggan terhadap rasa puas pelanggan ketika melaksanakan kunjungan yang disebabkan harga dan kualitas dari pemberian layanan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memberikan deskripsi harga dan kualitas pemberian layanan pada rasa puas dari pelanggan yang mengadakan kunjungan dan meraih informasi dampak dari ketiga variabel tersebut. Jenis dari penelitian yang dipakai yakni kuantitatif melalui pendekatan klausul. Penelitian dilaksanakan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Proses menetapkan sampel pada penelitian ini yakni melalui penggunaan teknik purposive sampling jenis non probability sampling. Jenis data pada penelitian ini termasuk data primer. Instrumen untuk penelitian memakai angket (kusioner) yang sudah dirancang mengacu terhadap skala likert yang sudah diadakan pengujian terhadap validitas dan reabilitas sebelumnya. Analisis data memakai program SPSS versi 26.00. Hasil dari penelitian yakni Harga masuk dalam kategori yang cukup baik melalui tingkat capaian responden 47,76 %, Kualitas dari pemberian layanan dengan tingkat capaian responden 46,60 % masuk dalam kategori yang cukup dan Rasa puas dari Pelanggan dengan tingkat capaian responden 45,76 % dalam kategori cukup. Kontribusi Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) pada rasa kepuasan dari Pelanggan yakni pada angka 80,01% namun selebihnya 19,99% mendapat pengaruh dari factor-faktor lainnya

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

A. PENDAHULUAN

Sumatera Barat ialah satu diantara provinsi di Pulau Sumatera yang mempunyai kekayaan pada alamnya dan beragam keunikan kuliner di dalamnya. Salah satu kekayaan alam Sumatera Barat yang sangat potensial untuk dikembangkan adalah kopi. Potensi kopi yang dimiliki oleh alam Sumatera Barat membuka mata masyarakat untuk dapat mengembangkan lebih jauh yang dapat kita rasakan saat ini yaitu bisnis kedai kopi

Kotler dan Keller (2016:33) mengungkapkan yang dimaksud dengan rasa puas dari pelanggan yaitu: “Satisfaction is a person's assessment of a product's perceived performance in comparison to expectations. The consumer is disappointed if performance falls short of expectations. If it meets expectations, the customer is happy. If it surpasses them, the consumer is overjoyed” yang memiliki arti rasa puas memperlihatkan penilaian individu mengenai kinerja produk yang dirasakan yang menyangkut dengan apa yang diharapkan.

Sunyoto (2020;130) menyatakan Harga ialah “uang yang pembebanan yang diberikan terhadap sebuah produk khusus. Perusahaan memutuskan harga melalui bermacam cara”. Indikator dari harga keterjangkauan harga, harga ditetapkan melalui kualitas produk, daya saing terhadap harga, harga memposisikan perannya sesuai terhadap apa yang dibutuhkan tamu.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas pemberian layanan yakni totalitas dari kualitas dan atribut suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi permintaan yang tersurat maupun tersirat. Kualitas pelayanan dicapai melalui upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta tekad pemenuhannya dalam menyeimbangkan atau melampaui apa yang pelanggan harapkan.

Faktor Kualitas Pemberian layanan yang bagus akan membuat konsumen membeli kembali, disebabkan konsumen dilayani secara baik. Kualitas pelayanan yang baik menyebabkan kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi tinggi, sedangkan kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan kepuasan pelanggan terhadap Gerobak Kopi rendah. Dengan kualitas yang baik, konsumen terdorong untuk membentuk hubungan pelanggan setia terhadap merek tersebut. Kualitas yang rendah akan merugikan perusahaan. Begitu pula jika kualitas pelayanan baik dan pelanggan puas maka pelanggan akan kembali lagi (Yulianti & Suyuthie, 2016)

Gerobak Kopi adalah salah satu Coffee Shop di Kota Payakumbuh yang terletak di Jl. Ade Irma Suryani No.12 Simpang Benteng, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat. Gerobak Kopi merupakan brand usaha yang populer di kalangan masyarakat

umum khususnya pecinta kopi di wilayah Kota Payakumbuh. Gerobak Kopi menjadi pilihan populer para pecinta kopi di Kota Payakumbuh, berkat kepiawaiannya dalam mengolah dan menyajikan kopi. Beragam kopi yang disajikan semakin menonjolkan keberagaman biji kopi tradisional Sumatera Barat seperti Robusta Kerinci, Solok Gayo, dan lain sebagainya. Gerobak Kopi juga menjual biji kopi dalam kemasan yang siap diolah oleh pengguna untuk kebutuhan kopi rumahan melalui biji kopi asli dari Sumatera Barat. Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan penulis di Gerobak Kopi Payakumbuh, penulis menemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan Harga dan Kualitas Pelayanan berdasarkan hasil wawancara di Gerobak Kopi Payakumbuh yaitu berupa harga yang tidak sesuai dengan produk yang disajikan atau mahal sehingga tamu enggan untuk kembali. Pelayanan yang diberikan kurang memuaskan dan konsumen menunggu lama untuk mendapatkan pesanan. Fasilitas yang diraih tidak sejalan terhadap keinginan disebabkan area yang kecil, sehingga tamu atau konsumen tidak nyaman dengan fasilitas yang diberikan dan tidak ada harapan untuk kembali karena harga dan kualitas pemberian layanan yang kurang. Berdasarkan latar belakang di atas mengenai pengaruh harga dan kualitas dari pemberian layanan pada pada rasa kepuasan dari konsumen kedai kopi gerobak kopi payakumbuh, maka judul dari penelitian yang penulis angkat yakni Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Gerobak Kopi Payakumbuh.

B. METODOLOGI

Berdasarkan permasalahannya, jenis dari penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif melalui pendekatan kausal lewat metode survei. Menurut Sugiyono (2019:17) mengungkapkan, "Penelitian asosiatif kausal ialah penelitian tujuannya melakukan pencarian korelasi dari sebuah variabel terhadap variabel lainnya melalui sifat sebab dan akibat", dan juga metode survei yakni penelitian yang memakai kuesioner menjadi satu diantara peralatan penelitian yang dilaksanakan terhadap populasi yang banyak ataupun sedikit, namun data sudah dipelajari yakni sata melalui sampel yang ditetapkan dari populasi tersebut, sehingga dijumpai kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, baik secara sosiologis ataupun psikologis (Sugiyono, 2019:35). Sesuai terhadap masalah penelitian dan argumen dari para ahli, maka tujuan dari penelitian ini yakni memberikan gambaran dan ungkapan sebesar apa Pengaruh dari Harga dan Kualitas pemberian layanan pada rasa puas dari Pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

1. Harga

Berdasarkan data maka dapat dilihat data mengenai variabel Harga (X_1) mencakup atas 9 butir persoalan yang disajikan terhadap tamu berupa responden di Gerobak Kopi Payakumbuh, sehingga diperoleh nilai mean sebesar 21,79, standard deviation sebesar 4,330, variance sebesar 18,745, range sebesar 30, minimum sebesar 12, dan maximum 42 dan total nilai sebesar 8323.

2. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan data maka dapat dilihat data mengenai variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mencakup atas 15 butir persoalan yang disajikan terhadap tamu berupa responden Gerobak Kopi Payakumbuh, sehingga diperoleh nilai mean sebesar 35,04, standard deviation sebesar 7,652, variance sebesar 58,552, range sebesar 48, minimum sebesar 23, dan maximum 71 dan total nilai sebesar 13385.

3. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan data dapat dilihat data mengenai variabel kepuasan tamu (Y) mencakup atas 12 butir persoalan yang disajikan terhadap tamu berupa responden di Gerobak Kopi Payakumbuh, sehingga diperoleh nilai mean sebesar 27,40, standard deviation sebesar 6,197, variance sebesar 38,402, range sebesar 3,233, minimum sebesar 14, dan maximum 60 dan total nilai sebesar 10465.

4. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Tabel 1 hasil dari Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		382
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,75375191
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		1,319
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 1 memperlihatkan Asymp Sig yakni pada angka 0,62. Berdasarkan dari pengujian yang sudah dilaksanakan, melalui angka signifikan $\geq 0,05$ maka bisa diraih hasil dimana semua data memiliki distribusi yang normal.

b. Uji Heteroskedasitas

Tabel 2 Hasil dari Pengujian Heteroskedasitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,192	,748		,257	,797
1 TOTALX1	,292	,049	,204	6,023	,000
TOTALX2	,595	,027	,734	21,644	,000

a. Dependent Variable: TOTALY

Berdasarkan hasil dari pengujian heteroskedastisitas, diraih angka signifikansi bagi variabel harga yakni 0,000 dan angka signifikansi bagi variable kualitas pemberian layanan yakni 0,000 yang mana angka itu memperlihatkan lebih kecil dari 0,05. Maka diraih hasil persamaan regresi pada penelitian berlaku dan terdapat heteroskedastisitas.

c. Uji Multikonearitas

Tabel 3 Hasil dari Pengujian Multikonearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,192	,748		,257	,797		
1 TOTALX1	,292	,049	,204	6,023	,000	,453	2,208
TOTALX2	,595	,027	,734	21,644	,000	,453	2,208

a. Dependent Variable: TOTALY

Berdasarkan Tabel 3 memperlihatkan dimana hasil dari tolerance untuk seluruh variabel bebas $0,453 > 0,10$, namun untuk angka VIF $2,208 < 10,00$. Maka bisa diraih hasil yakni model regresi pada penelitian ini tidak terlihat keberadaan korelasi sesama variabel bebas (independent)..

d. Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Berganda Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	11742,132	2	5871,066	770,161	,000 ^b
1 Residual	2889,180	379	7,623		
Total	14631,312	381			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Berdasarkan dari hasil pengujian anova maka diraih angka F hitung 770,161 melalui sig 0,000 < 0,05 jadi model regresi bisa di dimanfaatkan untuk penelitian. Hasilnya bisa diperhatikan pada Tabel 5 :

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Berganda Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,192	,748		,257	,797
1 Harga	,292	,049	,204	6,023	,000
Kualitas Pelayanan	,595	,027	,734	21,644	,000

a. Dependent Variable: TOTALY

Dasar Pengambilan Keputusan:

H1 : Adanya pengaruh dari Harga pada rasa kepuasan dari Pelanggan pada Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh

H2 : Adanya pengaruh dari Kualitas Pemberian layanan pada rasa kepuasan dari Pelanggan pada Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh.

H3 : Adanya pengaruh dari Harga dan Kualitas Pemberian layanan pada rasa Kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh

Nilai T dari variabel harga dengan nilai 6.023 melalui taraf signifikansi 0,000 < 0,05 dengan koefisien regresi pada angka 0,292 serta nilai T dari variable Kualitas Pelayanan 21,644 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 melalui koefisien regresi pada angka 0,595 yang berarti keputusan yang diterima adalah H1 dan H2 diterima. Sehingga bisa diraih kesimpulan dimana variabel Harga dan Kualitas Pemberian layanan memberikan pengaruh yang signifikan pada rasa kepuasan dari tamu pada Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh.

b. Pembahasan

1. Variabel Harga (X1)

Berdasarkan dari hasil olahan data dari 382 responden melalui penggunaan SPSS 26.00. Hasil dari penelitian memperlihatkan dimana bahwa variabel Harga masuk dalam kategori yang cukup baik melalui nilai persentase 57,65%. Hal ini memberikan arti mengacu terhadap penelitian yang sudah dilaksanakan, diraih hasil yang mana Harga pada Coffe Shop Gerobak Kopi Payakumbuh secara umum masuk dalam kategori yang cukup baik..

Fandy Tjiptono (2019:210) mengungkapkan harga ialah satuan moneter atau ukuran lain (termasuk produk dan jasa lainnya) yang ditukarkan dengan hak untuk memiliki atau memakai sebuah barang atau jasa. Berdasarkan penjelasan diatas memperlihatkan harga ialah satu diantara faktor yang memberikan pengaruh pada rasa kepuasan tamu disebabkan harga yang diberikan kepada tamu sudah baik dan sesuai harapan..

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan dari hasil olahan data dari 382 responden melalui penggunaan SPSS 26.00. Hasil dari penelitian memperlihatkan dimana bahwa variabel Harga masuk dalam kategori yang cukup baik melalui nilai persentase 46,60%. Hal ini bisa diperhatikan melalui penilaian tamu mengenai Tangibles, Reability, Responsives, Assurance, Empathy di Coffe Shop Gerobak Kopi Payakumbuh. Hal ini bermakna mengacu terhadap penelitian yang telah dilaksanakan, diraih hasil dimana harga kamar pada Gerobak Kopi Payakumbuh secara umum cukup. Hasil ini memperlihatkan harga sudah sejalan terhadap harapan dan rasa kepuasan dari tamu pada Gerobak Kopi Payakumbuh

Arianto (2018:83) mengungkapkan kualitas pemberian layanan bisa dimaknai bisa menjadi terpusat terhadap pemenuhan kebutuhan dan syarat, serta pada keputusan waktu dalam pemenuhan apa yang pelanggan harapkan.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan dari hasil olahan data dari 382 responden melalui penggunaan SPSS 26.00. Hasil dari penelitian memperlihatkan dimana bahwa variabel Harga masuk dalam kategori yang cukup baik melalui nilai persentase 45,76%. Hal ini bisa diperhatikan melalui penilaian tamu mengenai kesesuaian

harapan, terpenuhinya kebutuhan konsumen, tercapainya kebutuhan konsumen, dan keinginan untuk Kembali menggunakan produk/jasa. Hal ini bermakna mengacu terhadap penelitian yang telah dilaksanakan, diraih hasil dimana rasa kepuasan dari tamu pada Gerobak Kopi Payakumbuh secara umum cukup. Hasil ini memperlihatkan dimana perasaan konsumen puas sesudah memberikan perbandingan dari apa yang dibutuhkan dengan apa yang diinginkan konsumen untuk Harga dan Kualitas pemberian layanan pada Gerobak Kopi Payakumbuh

Menurut Srijani dan Hidayat (2017:33) kepuasan pelanggan merupakan titik terpenting dari suatu usaha oleh pihak pengusaha jasa yang mana tamu merasa ekpetasi mereka pada seluruh fasilitas atau pemberian layanan bisa dicapai secara baik

4. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil dari pengujian pada penelitian, terlihat adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari fasilitas kamar dan kepuasan tamu. Hal ini bisa diperhatikan pada hasil dari angka koefisien regresi pada angka 0,292 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ yang memberikan makna Harga memberikan pengaruh signifikansi pada rasa kepuasan dari Pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Hal ini mengandung pengertian dimana ketika bertambah baik harga akan bertambah tinggi tingkat rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Sebaliknya jika Harga mempunyai nilai yang negatif maka akan memberikan dampak yang negatif pula pada tingkat rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak manajemen Gerobak Kopi Payakumbuh untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan mengenai harga di Gerobak Kopi Payakumbuh, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi penjualan di Gerobak Kopi Payakumbuh

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil dari pengujian pada penelitian, terlihat adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari harga kamar dan rasa kepuasan dari tamu. Hal ini bisa diperhatikan pada hasil dari angka koefisien regresi pada angka 0,595 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ yang memberikan makna Harga memberikan pengaruh signifikansi pada rasa kepuasan dari Pelanggan pada Gerobak Kopi

Payakumbuh. Hal ini mengandung pengertian dimana ketika bertambah baik Kualitas Pelayanan akan bertambah tinggi tingkat rasa kepuasan dari Pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Sebaliknya jika Kualitas Pelayanan mempunyai nilai yang negatif maka akan memberikan dampak yang negatif pula pada tingkat rasa kepuasan tamu di Gerobak Kopi Payakumbuh. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak manajemen Gerobak Kopi Payakumbuh untuk lebih memperhatikan Kualitas Pelayanan atau kepuasan tamu mengenai Kualitas Pelayanan di Gerobak Kopi Payakumbuh, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi pelayanan di Gerobak Kopi Payakumbuh

6. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis yang dipakai dalam meraih informasi pengaruh dari Harga dan Kualitas pemberian layanan pada rasa Kepuasan dari Pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh diraih melalui pengujian regresi linear berganda lewat uji t diraih angka sig dari variabel harga pada angka $0,000 < 0,05$ namun angka sig dari variabel kualitas pemberian layanan pada angka $0,000 < 0,05$, sehingga diraih kesimpulan dimana variabel fasilitas dari kamar dan harga memberikan pengaruh pada variabel rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh tersebut. Untuk angka adjusted R Square (R^2) yakni 0.166 yang memiliki arti pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pemberian layanan (X_2) pada rasa kepuasan dari Pelanggan (Y) yakni pada angka 80,01 % namun selebihnya 19,99 % mendapat pengaruh dari faktor – faktor yang lain. Jadi, melalui pemaparan dari hasil penelitian, bisa diraih hasil dimana adanya pengaruh dengan persial dari Harga dan Kualitas pemberian layanan pada rasa kepuasan dari pelanggan yang positif, maknanya tamu membuat pertimbangan untuk rasa kepuasan dari pelanggan akan harga dan kualitas pemberian layanan yang dimilikinya yang mana semuanya terjadinya kenaikan harga dan kualitas pemberian layanan yang baik yang tamu berikan maka bisa menunjang rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh

D. Kesimpulan

Beraskan hasil dari penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, bisa diraih kesimpulan dimana Harga dan Kualitas Pemberian layanan pada rasa Kepuasan dari Pelanggan pada Geroba Kopi Payakumbuh memberikan pengaruh yang positif dan signifikan. Bisa diperhatikan melalui variabel X1 (Harga) yang memperlihatkan ketika bertambah baik harga akan bertambah tinggi tingkat rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh, semikian pula sebaliknya. X2 (Kualitas Pelayanan) Hal tersebut memberikan indikasi dimana saat bertambah baik Kualitas Pemberian layanan maka akan bertambah tinggi tingkat kepuasan pelanggan di Gerobak Kopi Payakumbuh, begitu juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh secara parsial antara variabel Harga dan Kualitas pemberian layanan pada rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilaksanakan sebelumnya maka bisa diraih kesimpulan dimana harga dan kualitas pemberian layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada rasa kepuasan dari pelanggan Gerobak Kopi Payakumbuh.

E. Saran

a. Pihak Manajemen Gerobak Kopi Payakumbuh

Disarankan kepada pihak manajemen yang berada di Gerobak Kopi Payakumbuh dalam menunjang peningkatan dari kualitas pemberian layanan dari segi pelayanan agar tamu merasa nyaman dan menyesuaikan harga dengan kemampuan tamu agar tamu akan kembali berkunjung ke Gerobak Kopi Payakumbuh.

b. Departemen Pariwisata dan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian ini bisa dijadikan bahan dalam memperluas wawasan materi ajar terhadap mahasiswa/i dan menjadi bahan acuan pendukung dalam memperluas ilmu pengetahuan tentang kepariwisataan dan sebagai informasi penunjang yang mencukupi terkhusus bagi pihak yang bersangkutan.

c. Peneliti Lain

Bagi peneliti lain disarankan untuk mencari faktor lain selain Harga dan Kualitas Pemberian layanan yang mungkin memberikan pengaruh pada rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh. Apabila tetap menggunakan harga dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam memperhatikan pengaruh pada rasa kepuasan dari pelanggan pada Gerobak Kopi Payakumbuh, peneliti selanjutnya

disarankan untuk dapat memastikan kembali target sebaran kuesioner ditujukan kepada pelanggan yang baru melakukan kunjungan pembelian hanya 1 kali saja, atau maksimal 2 kali kunjungan ke Gerobak Kopi Payakumbuh

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Srijani, Ninik., & Hidayat, Achmad Sukma. (2017). “Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center”. *WIGA-Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*. Volume 7, Nomor
- Sunyoto, (2020). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Servis)
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suyuthie, H., & Yulianti (2015). Persepsi Tamu Tentang Kualitas Pelayanan Pada Departement Tata Graha di Hotel Ibis Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*. Retrieved from <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/issue/view/627>
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.