
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TUWA KAWA COFFEE & ROASTRY, KOTA MATARAM

Oleh :

Ezliana¹, I Made Murdana² & Primus Gadu³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Indonesia

Email: ¹ezllyna@gmail.com , ²imdmurdana@gmail.com , ³primusgadu@gmail.com

Article History:

Received: 20-01-2026

Revised: 21-01-2026

Accepted: 22-01-2026

Keywords:

Kualitas Produk,
Kualitas Pelayanan,
Harga, Kepuasan
Konsumen.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Tuwa Kawa Coffee & Roastery, Kota Mataram. Metode yang digunakan ialah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 50 responden yang pernah berkunjung dan membeli produk di Tuwa Kawa Coffee & Roastery, diambil dengan metode non-probability sampling. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan.

PENDAHULUAN

Bisnis kafe tumbuh pesat seiring dengan perkembangan gaya hidup masyarakat dan pola konsumsi makanan-minuman. Salah satu pemain bisnis ini ialah Tuwa Kawa Coffee & Roastery yang berada di kota Mataram. Berbagai penelitian terdahulu [1,2,3] telah membahas mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen. Namun, belum banyak penelitian yang mengaitkan tiga variabel ini dengan konteks bisnis kafe lokal yang memiliki nilai heritage dan konsep ruang klasik, seperti Tuwa Kawa.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan akademis dan praktis terkait:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk dalam memuaskan kebutuhan dan ekspektasi konsumen [1]. Kualitas pelayanan ialah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan ekspektasi pelanggan [2]. Harga ialah nilai dari suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh kesediaan konsumen untuk membayarnya [3].

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan yang dimilikinya [4].

METODE PENELITIAN

Berisi Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan metode pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian berada di Tuwa Kawa Coffee & Roastery, Jalan Gunung Kerinci No.1, Dasan Agung Baru, Kota Mataram. Jumlah sampel terdiri dari 50 responden dengan metode *accidental sampling*.

Analisis data terdiri dari:

1. Uji validitas dan reliabilitas dengan nilai Cronbach's $\alpha > 0,60$.
2. Uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas).
3. Analisis regresi linear berganda: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel1. Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Sig.
Konstanta	1.971	0.343
Kualitas Produk	-0.033	0.589
Kualitas Pelayanan	0.475	0.000*
Harga	0.332	0.030*

Dari hasil di atas dapat disimpulkan: a. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (sig > 0.05). b. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Tuwa Kawa Coffee & Roastery. Sementara itu, kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan. Temuan ini penting sebagai masukan strategis bagi pengelola kafe untuk lebih menekankan pada peningkatan pelayanan dan penyesuaian harga agar tetap kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alvin mariansyah & Amirudin syarif (2020) Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen café kabalu.
- [2] Hastono, S. P. (2001). Analisis data. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- [3] Joko Bagio Santoso, J. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun).
- [4] Nyarmiati, N., & Astuti, S. R. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*, 10(2).
- [5] Santoso Singgih. (2012). Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- [6] Sudjana, N. (2005). Metoda Penelitian. Bandung: Tarsito, 2963-1866.
- [7] Sugiyono. (2005). Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: AlfaBeta
- [8] Sugiyono. (2008). Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: BumiAksara
- [9] Sugiyono. (2012). Statistika Untuk Penelitian (Cetakan ke 20 ed). Bandung, Penerbit: CV. Alfa Beta
- [10] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- [11] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [12] Suhardi dan Purwanto. (2009). Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- [13] Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- [14] Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.
- [15] Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.
- [16] Udin, Lestiyono (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara. Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang.
- [17] Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- [18] Utami, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Excelso Coffee Mall Kelapa Gading 3 Jakarta (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN