

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE PONDOK HIJAU
DI PADANG LAWAS UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ELI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM. 21 402 00141**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE PONDOK HIJAU
DI PADANG LAWAS UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ELI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM. 21 402 00141**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE PONDOK HIJAU
DI PADANG LAWAS UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

ELI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM. 21 402 00141

PEMBIMBING I

Arti Damisa, M.E.I
NIP. 198912202023212039

PEMBIMBING II

Muhammad Arif, M.A
NIP. 199501142022031003

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Skripsi
a.n. **Eli Saputri Harahap**

Lampiran :

Padangsidempuan, 18 Desember 2025
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **Eli Saputri Harahap** yang berjudul *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

PEMBIMBING I



Arti Damisa, M.E.I
NIP. 198912202023212039

PEMBIMBING II



Muhammad Arif, M.A
NIP. 199501142022031003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 2140200141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 ayat 4 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 3 Tahun 2023 tentang kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 18 Desember 2025

Saya yang menyatakan,



Eli Saputri Harahap
NIM.2140200141

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 2140200141
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty Free Righ*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara**, Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ssaya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 18 Desember 2025
Yang Menyatakan,



Eli Saputri Harahap
NIM. 2140200141

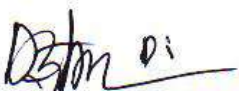


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 21 402 00141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

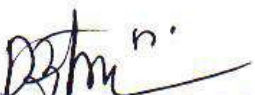
Ketua


Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

Sekretaris


Muhammad Arif, M.A
NIDN. 2014019502

Anggota


Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401


Muhammad Arif, M.A
NIDN. 2014019502


Dr. Utari Evi Cahyani, M.M
NIDN. 0621058703


Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2026067402

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat / 19 Desember 2025
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 76, 25 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3, 53
Predikat : Pujian



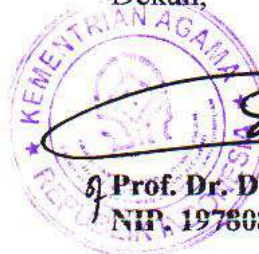
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara**
Nama : **Eli Saputri Harahap**
NIM : **2140200141**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 27 Januari 2026
Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HL., M. Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRACT

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 21 402 00141
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara**

Persaingan usaha di bidang kuliner menuntut pelaku usaha untuk mampu menetapkan harga yang sesuai serta memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Namun, pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara masih ditemukan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistik. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelanggan pada cafe Pondok Hijau. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan dalam hasil penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah Incidental Sampling, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS 23. Menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), Uji t dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa uji t secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Sedangkan uji F Secara simultan harga dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Name : Eli Saputri Harahap
Reg. Number : 21 402 00141
Thesis Title : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

Competition in the culinary business requires entrepreneurs to be able to set appropriate prices and provide good service quality in order to create customer satisfaction. However, at Pondok Hijau Café in North Padang Lawas, there are still indications of customer dissatisfaction with the prices and service quality provided. Therefore, this study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at Pondok Hijau Café in North Padang Lawas. This research uses a quantitative approach with statistical methods. The subjects of this study are customers of Pondok Hijau Café. Data collection methods include observation, interviews, and the distribution of questionnaires to respondents. The sampling technique used in this study is incidental sampling. The population of this research consists of all customers of Pondok Hijau Café in North Padang Lawas, with a total sample of 97 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 23. The analysis includes validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), t-test, and F-test. Based on the results of the study, the t-test partially shows that the price variable has a significant effect on customer satisfaction, and the service quality variable also has a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the F-test simultaneously indicates that price and service quality have a significant effect on customer satisfaction at Pondok Hijau Café in North Padang Lawas.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

المخلص

لاسم : لي سابوتري حارهاب
الرقم الجامعي : ١٤١ ٢٠٠ ٤٠ ٢١
جاو في بادانغ لواس أوتارا : أثر السعر وجودة الخدمة على رضا الزبائن في مقهى بوندوك ه : عنوان الرسالة

تتطلب المنافسة في قطاع الخدمات الغذائية من أصحاب المنشآت القدرة على تحديد الأسعار المناسبة وتقديم مستوى عالٍ من جودة الخدمة من أجل تحقيق رضا الزبائن. ومع ذلك، لا يزال يوجد في مقهى بوندوك هيجاو في منطقة بادانغ لواس أوتارا تباين في تصورات الزبائن تجاه الأسعار وجودة الخدمة المقدمة. ولذلك يهدف هذا البحث إلى التعرف على أثر السعر وجودة الخدمة في تحقيق رضا الزبائن في مقهى بوندوك هيجاو في بادانغ لواس أوتارا. اعتمد هذا البحث على المنهج الكمي باستخدام الأساليب الإحصائية. وتمثلت عينة البحث في زبائن مقهى أوتارا بوندوك هيجاو. وتم جمع البيانات من خلال الملاحظة، والمقابلات، وتوزيع الاستبانات على المبحوثين. كما تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة العرضية. ويتكون مجتمع البحث من جميع زبائن مقهى بوندوك هيجاو في بادانغ لواس أوتارا. تم تحليل البيانات باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد بالاستعانة ببرنامج أوتارا، حيث بلغ حجم العينة ٩٧ زبوناً التحليل الإحصائي، مع تطبيق اختبار الصدق، واختبار الثبات، واختبار الفروض الكلاسيكية، وتحليل الانحدار الخطي وأظهرت نتائج الاختبار المتزامناً المحسوبة بلغت ، وهي (أر²) ، ومعامل التحديد (إف) ، واختبار (تي) المتعدد، واختبار (إف) أكبر من القيمة الجدولية البالغة ، مما يدل على وجود تأثير إيجابي. كما أظهرت قيمة مستوى الدلال أن قيمة البالغة ، أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية. وبناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن السعر وجودة الخدمة يؤثران تأثيراً معنوياً على رضا الزبائن في مقهى بوندوك هيجاو في بادانغ لواس أوتارا كما بينت نتائج البحث ما يلي: يؤثر متغير السعر تأثيراً معنوياً على رضا الزبائن بشكل جزئياً يؤثر متغير جودة الخدمة تأثيراً معنوياً على رضا الزبائن بشكل يؤثر كل من السعر وجودة الخدمة تأثيراً معنوياً ومتزامناً على رضا الزبائن في مقهى بوندوك هيجاو في بادانغ : جزئي وبناءً على ذلك، يمكن القول إن تحسين رضا الزبائن يمكن تحقيقه من خلال تحديد الأسعار المناسبة. لاس أوتارا والارتقاء بجودة الخدمة بشكل مستمر.

المفتاحية لكلمات: الثمن، الخدمة، جودة، العملاء رضا

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmat hidayah-Nya kepada kita, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan untuk skripsi ini. shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut kita contoh serta diteladani, yang membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan saat ini.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa Skripsi yang disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan masih jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa bersyukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN

SYAHADA Padangsidimpuan serta Bapak Prof Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama..

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Delima Sari Lubis, M.A. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan Serta Bapak/Ibu Dosen dan juga *Staff* di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
4. Ibu Arti Damisa, M.E.I. selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Arif, M.A selaku pembimbing II, saya mengucapkan terimakasih banyak kepada kedua pembimbing saya yang memberikan arahan dan bimbingan serta ilmu yang sangat berharga bagi peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.

5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Mama tercinta Tinurhani Daulay dan Ayahanda tercinta Batara Sobandingon Harahap, yang telah menjadi orang tua terbaik yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya, mulai dari memberikan dukungan, perhatian, materi demi kelangsungan hidup saya di perantauan agar dapat mencapai cita-cita demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini, dan doa-doa yang selalu ayah dan ibu berikan kepada putri ketiganya ini dan terimakasih banyak-banyak sudah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini. Serta kakak-kakak tersayang peneliti Devi andriani Harahap, Sumiati Harahap dan Adik-adik tersayang saya Hotnilan Harahap, Rizky Rinaldi Harahap dan tidak lupa kepada keponakan-keponakan tersayang peneliti Nuwaira Harahap, Nazirah Siregar dan semua keluarga peneliti yang tidak bisa satu persatu peneliti ucapkan yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi peneliti ini. Semoga keluarga peneliti semua selalu dalam lindungan Allah SWT, Aamiin Ya Rabbal Alamiin.
8. Terimakasih kepada Putri Marito Pasaribu, peneliti ucapkan terimakasih banyak kepada sahabat sekaligus yang sudah peneliti anggap seperti saudara diperantauan yang sama-sama ingin mewujudkan cita-cita, yang selalu

menemani suka dan duka, mulai dari menemani kemanapun untuk kelancaran skripsi peneliti, membantu, mendukung, dan memberi semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga peneliti dan sahabat peneliti bisa mewujudkan apa yang sudah diperjuangkan dan diusahakan semoga selalu diberi kelancaran segala urusan dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

9. Terima Kasih kepada para sahabat GIRLS ada Putri Marito Pasaribu, Nurwahyuni, Nur Fatimah Pane, Afrah Afifah, selaku sahabat Peneliti yang selalu membantu, mendukung, dan selalu ada, memberi semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para sahabat penulis serta motivasi selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang diberikan balasan terbaik dari Allah SWT.
10. Terimakasih untuk diriku sendiri, perempuan cengeng yang mudah menangis diam-diam namun kuat untuk menutupi segala masalah yang dipendam sendiri selama ini, yang hampir menyerah ditengah jalan namun Allah mengabulkan doa yang selalu ku ulangi di setiap solatku yang terus berusaha, berdoa kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah melewati berbagai proses, tantangan dan tetap bertahan ditengah keterbatasan yang dihadapi, mampu dilewati dengan usaha dan doa yang tidak pernah berhenti, semoga pencapaian ini awal yang baik untuk langkah selanjutnya dan memberikan manfaat dimasa yang akan mendatang, semangat untuk mu el.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sehingga peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangannya, Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya skripsi ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan juga peneliti.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, Desember 2025

Eli Saputri Harahap
NIM. 2140200141

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ث	Ta	T	Te
د	s'a	s'	es (dengan titik di atas)
س	Jim	J	Je
ط	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
ذ	Dal	D	De
ر	z'al	z'	zet (dengan titik di atas)
س	Ra	R	Er
ص	Zai	Z	Zet
ط	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..''..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....أ.....ى	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fatḥah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi‘il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, namadiri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQSAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah	12
D. Defenisi Operasional Variabel	13
E. Perumusan Masalah	14
F. Tujuan Penelitian.....	15
G. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Landasan Teori	17
1. Kerangka Teori	17
a. Kepuasan Pelanggan.....	17
1) Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2) Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	19
3) Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	20

4) Indikator Kepuasan Pelanggan	20
b. Harga	21
1) Pengertian Harga.....	21
2) Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	23
3) Tujuan Penetapan Harga	25
4) Indikator Harga	26
c. Kualitas Pelayanan	27
1) Pengertian Kualitas Pelayanan.....	27
2) Jenis-Jenis Kualitas Pelayanan	29
3) Dimensi Kualitas Pelayanan	31
d. Kepuasan, Harga dan Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	32
1) Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam	32
2) Harga Dalam Perspektif Islam.....	33
3) Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam	35
e. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
f. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	38
2. Kajian/Penelitian Terdahulu.....	39
3. Kerangka Pikir/Konsep	44
4. Hipotesis	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Metodologi Penelitian	46
1. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	46
2. Jenis Penelitian.....	46
3. Populasi Dan Sampel	47
4. Instrumen Pengumpulan Data	49
5. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas.....	53
6. Teknik Analisis Data.....	54
B. Sistematika Pembahasan.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	59
A. Gambaran Umum Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara	59
B. Deskripsi Data Penelitian.....	61

C. Hasil Analisis Data	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
E. Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Implikasi Hasil Penelitian	76
C. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	13
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert	51
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket	52
Tabel IV. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV. 2 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel IV. 3 Uji Validitas Harga	62
Tabel IV. 4 Kulaitas Pelayanan (X2)	63
Tabel IV. 5 Kepuasan Pelanggan (Y)	63
Tabel IV. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	64
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV. 8 Hasil Multikolinearitas	65
Tabel IV. 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel IV. 11 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	67
Tabel IV. 12 Hasil Uji Parsial	68
Tabel VI. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	3
Gambar I.2 Hasil Pra-Survey Cafe Yang Mahal.....	6
Gambar I.3 Hasil Pra-Survey Konsisten Pembelian	8
Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	44
Gambar IV.1 Uji Heterokedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Angket Penelitian

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Linear Berganda

Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dimasa sekarang dunia usaha selalu memiliki persaingan yang kuat, ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi pelanggan. Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini, bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang tidak ada matinya. Perkembangan ini didorong oleh perubahan pola atau gaya hidup terlihat dari semakin banyaknya kafe, restoran, dan rumah makan yang bermunculan, dan kebutuhan masyarakat yang makin tinggi diperkotaan maupun dipedesaan. Dalam kondisi ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting, karena pelanggan yang puas akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang.

. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, seseorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.¹

Kepuasan maupun ketidakpuasan adalah hasil evaluasi setelah pembelian, yaitu Kepuasan terjadi apabila kinerja produk sesuai bahkan melebihi harapan sebelum pembelian. Sedangkan ketidakpuasan timbul jika kinerja yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi. Perbedaan antara harapan

¹Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya:Unitomo, 2019), hlm. 82.

dan kenyataan inilah yang memicu ketidakpuasan.² Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi yang tepat untuk meminimalisasi ketidakpuasan tersebut.

Dalam menjalankan usaha, kepuasan pelanggan dijadikan prioritas perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggannya, agar pelanggan merasa puas, perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai upaya dan strategi agar dapat mempertahankan keberadaannya serta memenangkan persaingan di tengah dinamika dunia bisnis yang terus berkembang.³ Cafe pondok hijau salah satu bisnis kuliner terletak di Desa Aek Haruaya Kabupaten Padang Lawas Utara, pondok hijau tersebut menyediakan makanan dan minuman. Dimana pondok hijau sudah berdiri selama 4 tahun lebih pada suatu bisnis kuliner akan ada dinamakan kepuasan pelanggan pada suatu cafe, pada cafe pondok hijau ini pelanggan menilai bahwa pengunjung kurang tertarik dengan harga yang telah disediakan oleh pondok hijau dan pelayanan yang belum konsisten dalam cafe ini. Sehingga cafe ini mengeluhkan harga yang diberikan relatif tinggi dan pelayanan kurang maksimal membuat para pelanggan mengeluhkan yang terjadi pada pondok hijau ini.

Cafe pondok hijau ialah salah satu bisnis kuliner yang cukup dikenal masyarakat Di Padang Lawas Utara yang memiliki ciri khas sesuai dengan namanya pondok hijau tersebut yang berwarna hijau yang berbeda dibanding *cafe* lain. Dalam usahanya cafe pondok hijau tersebut tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja akan tetapi cafe tersebut menambah fasilitasnya

² Juang Novrianto, "Analisis Kepuasan Pelanggan Pada restoran Sop Tunjang Pertama (M1) Di Pekanbaru" dalam *Jurnal Valuta*, Vol 2 No 2, Oktober 2016, hlm 177.

³ Masayu, "Pelayanan Terbaik Bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan" dalam *jurnal Sosio Ekons*, Volume 12, No. 1, April 2020, hlm. 70.

dengan tersedianya hiburan music, musholla dan *spotpoto* Selain itu terdapat Makanan *seafood* berserak yang menjadi salah satu daya tarik khusus bagi para pelanggan. Pondok hijau dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui berbagai upaya yang dilakukan untuk bertahan *survive* dimasa ini, dalam menghadapi persaingan yang ketat diantara usaha kuliner lainnya. Cara yang harus ditempuh pondok hijau dalam hal ini dengan menentukan strategi agar dapat bertahan di tengah persaingan yang dapat meningkatkan profitabilitasnya. Pondok hijau perlu menentukan strategi yang bagus untuk memberikan kepuasan para pelanggan seperti dari segi harga dan pelayanan yang terjangkau di masyarakat. Hal ini penting untuk diperhatikan supaya para pelanggan puas atas semua yang diberikan pondok hijau sehingga diharapkan pondok hijau semakin baik dan berkembang.⁴

Gambar dibawah ini merupakan hasil survey tingkat kepuasan pelanggan setelah berkunjung pada cafe pondok hijau di Padang Lawas Utara.

Gambar I.1
Hasil Survey Tingkat Kepuasan Pelanggan Setelah Berkunjung
Ke Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara



⁴ Hasil Dari Pengamatan Survey awal Di Café Pondok Hijau Padang Lawas Utara, 9 Mei 2025, Pukul 11.00 Wib.

Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan 30 Orang angket melalui *google form* terkait kepuasan pelanggan pada cafe pondok hijau. Diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang. Hasil survei menunjukkan bahwa 66,7% atau sebanyak 20 responden pelanggan cafe pondok hijau memilih tidak puas, sementara terdapat 33,3% atau sebanyak 10 responden pelanggan cafe pondok hijau yang memilih puas. Fenomena ini terjadi bahwa masih banyak pelanggan yang tidak puas setelah berkunjung pada cafe pondok hijau di padang lawas utara. Kepuasan pelanggan ternyata masih banyak para pengunjung yang merasa kurang puas dengan harga dan kualitas pelayanan cafe pondok hijau yang diberikan. Sehingga pelanggan mengeluhkan harga yang tidak kompetitif atau harga yang ditawarkan pondok hijau lebih tinggi dibandingkan *cafe* lain disekitarnya. Dan juga kualitas pelayanannya tidak konsisten yang diberikan pondok hijau tidak sama setiap hari. Banyak pelanggan yang tidak puas setelah berkunjung pada cafe Pondok Hijau. Ada rasa ketidakpuasan terhadap pelanggan, tetapi pelanggan tetap loyal berkunjung kembali pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, kualitas pelayanan, produk, pelayanan karyawan, suasana. Harga adalah Salah satu elemen bauran pemasaran yang berperan langsung dalam menghasilkan pendapatan adalah harga. Permintaan pasar terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh faktor harga, yang sering dianggap sebagai penentu utama.⁵ jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk maupun layanan

⁵Taufik, *Konsep Inti Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama, Tangerang :Media Edukasi Indonesia, Januari 2023) hlm, 71-72.

yang di berikan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas produk atau jasa dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, harga merupakan elemen kunci dalam proses pengambilan kepuasan pelanggan karena secara langsung berkaitan dengan persepsi nilai dan daya beli.⁶

Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.⁷ Harga salah satu faktor dalam dalam kepuasan pelanggan yang dimana cafe ini membuat pengunjung merasa harganya mahal dengan produk yang pondok hijau berikan. Sehingga pelanggan merasa harga yang diberikan tidak sesuai dengan produk yang disajikan dimana porsi makanan dan minuman pada cafe ini tidak sebanding dengan harga dan juga rasa makanan dan minumannya juga membuat para pelanggan mengeluhkannya.⁸

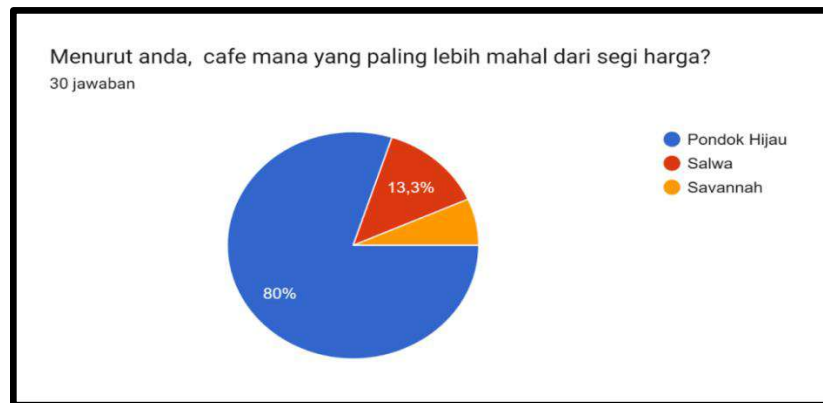
Gambar dibawah ini menunjukkan hasil dari *survey* yang dilakukan untuk mengetahui bahwa menurut pelanggan, pondok hijau merupakan cafe yang paling mahal dari segi harga diantara cafe lain disekitarnya.

⁶Ahmad Muflih dkk, *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Pertama, Bandung :Widina Media Utama, Mei 2025), hlm. 260.

⁷Anggi Pratiwi, "Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam."dalam *jurnal ekonomi dan bisnis*, Volume 1, Nomor 1, Januari 2021, hlm. 46.

⁸Abdul Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan."dalam *jurnal riset manajemen dan bisnis*, Volume 4, Nomor 1, Februari 2019, hlm. 145.

Gambar I. 2
Hasil Survey Mengenai Cafe Yang Dianggap Paling Mahal
Oleh Pelanggan Di Padang Lawas Utara



Berdasarkan hasil *survey* harga pada cafe pondok hijau yang dilakukan terhadap kepuasan pelanggan melalui *google form*, bahwa pelanggan menganggap cafe pondok hijau sebagai cafe yang paling mahal dari segi harga diantara cafe lain disekitarnya yaitu cafe salwa dan cafe savannah. Hasil survey yang melibatkan 30 responden menunjukkan 80% atau sebanyak 24 responden menyatakan bahwa bahwa pondok hijau cafe yang paling mahal, dibandingkan dengan salwa 13,3% atau sebanyak 4 responden dan savannah 6,7%. Atau sebanyak 2 responden, harga yang ditawarkan cafe Pondok Hijau relatif tinggi, beberapa pelanggan menilai harga menu di cafe Pondok Hijau relatif tinggi dibanding cafe lain sekitar lainnya. Tetapi jumlah pelanggan terus meningkat pada cafe pondok hijau dipadang lawas utara.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan saudari Indah Pratiwi siregar salah satu pelanggan pada cafe pondok hijau di padang lawas utara menyatakan bahwa:

Cafe Pondok hijau menurut saya kalau dilihat dari suasana, tempatnya memang nyaman, tapi harga yang ditawarkan menurut saya kurang sesuai dengan kualitas makanan dan minumannya. Rasanya kurang enak, tapi porsi banyak dan tidak sebanding dengan harga yang dibayar. Jadi ada rasa kurang puas setiap kali berkunjung di cafe pondok hijau.⁹

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap salah satu pelanggan di cafe pondok hijau menurut pengamatan peneliti, pelanggan mengungkapkan bahwa harga di Pondok Hijau menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan dianggap cukup tinggi bagi kalangan remaja seperti mereka, sehingga sering kali menjadi pertimbangan ulang sebelum berkunjung. Fenomena lain yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian antara harga dengan kualitas pelayanan maupun produk yang diterima. Meskipun tempat tersebut ramai pengunjung dan memiliki citra yang cukup baik, kenyataannya sebagian pelanggan merasa harga yang dibayar tidak selalu sebanding dengan harapan mereka.

Pelayanan merupakan setiap tindakan yaitu yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan penting untuk menarik minat pelanggan, dan juga akan mempengaruhi penjualan produk. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan

⁹ Indah Pratiwi Siregar, Pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara, wawancara, (Gunung Tua, pada tanggal 10 Mei 2025. Pukul 14.45 WIB).

pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen.¹⁰

Perusahaan yang menyediakan pelayanan membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik.¹¹

Gambar dibawah ini menunjukkan hasil dari *survey* yang dilakukan untuk mengetahui bahwa menurut pelanggan, Mengenai Konsistensi Pelayanan di cafe Pondok Hijau Menurut Kepuasan Pelanggan Di Padang Lawas Utara.

Gambar I. 3
Hasil Survey Mengenai Konsistensi Pelayanan Dicafe Pondok Hijau Menurut Kepuasan Pelanggan Di Padang Lawas Utara



Berdasarkan hasil *survey* kualitas pelayanan yang diberikan cafe pondok hijau terhadap kepuasan pelanggan melalui google form, hasil ini menunjukkan setengah bahwa mayoritas responden sebesar 56,7% atau sebanyak 17 responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan kurangnya konsistensi dalam

¹⁰ Fawzy, dkk “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Stasiun Cafe Bulung Jember, ”dalam *jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, Volume 2, Nomor 1, Januari 2023, hlm. 49.

¹¹ Sambara dan Samadi, “Analisis Of The Effect Of Produk Quality, Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Cafe 3.Am Koffe Spot Manado.”dalam *jurnal EMBA*, Volume 9, Nomor 4, Oktober 2021, hlm. 129.

pelayanan di cafe pondok hijau, sementara itu, 43,3% atau sebanyak 13 responden yang menyatakan bahwa pelayanan di cafe pondok hijau sudah diberikan secara konsisten. Kualitas pelayanan yang diberikan cafe Pondok Hijau kepada pelanggan belum sesuai dengan yang diinginkan. Pelanggan kerap mengeluhkan pelayanan yang kurang cepat atau kurang ramah dari karyawan. Tetapi jumlah pelanggan terus meningkat pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Kualitas pelayanan juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan diartikan sebagai jasa yang diberikan penyedia layanan, yang tercermin melalui keandalan, ketanggapan, hubungan yang baik, kompetensi, serta keramahan melalui sikap dan perilaku dalam memberikan layanan yang optimal, sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan.¹²

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan saudari Winda sari Harahap salah satu pelanggan pada cafe pondok hijau di padang lawas utara menyatakan bahwa:

Pelayanan cafe pondok hijau menurut saya kurang konsisten, Ada kalanya pelayan ramah, tanggap dan membuat saya merasa nyaman , tapi dilain waktu justru terasa lambat dan kurang perhatian terhadap pelanggan sehingga membuat saya merasa tidak nyaman dan kurang puas dalam pelayanan yang diberikan pondok hijau.¹³

¹² Marianus Gulo dkk, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cv. Golden Mart Kota Gunungsitoli" *Jurnal EMBA*, Volume. 10, Nomor. 4, Oktober 2022, 1292

¹³ Winda Sari Harahap, Pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara, wawancara, (Gunung Tua, pada tanggal 10 Mei 2025. Pukul 15.20 WIB).

Selain masalah harga, pelayanan di Pondok Hijau juga menjadi perhatian pelanggan. Beberapa pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan kurang konsisten, terutama dalam hal kecepatan penyajian dan keramahan karyawan. Ada kalanya pelayanan berjalan baik dan memuaskan, tetapi di waktu lain justru terasa lambat dan kurang responsif. Hal ini menimbulkan kesan bahwa kualitas pelayanan di Pondok Hijau belum sepenuhnya stabil, sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Beberapa penelitian mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Fitriani menunjukkan bahwa kualitas layanan berdampak positif serta tidak signifikan pada kepuasan pelanggan, kualitas produk berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan serta persepsi harga berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan.¹⁴ Hasil Penelitian dari Ardi menunjukkan bahwa kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan Konsumen sedangkan Harga berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar.¹⁵

Hasil penelitian dari Tita menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan suasana

¹⁴ Indah Fitriani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Antarakata Coffee Semarang, " *dalam jurnal Management Studies and Entrepreneurship*, Vol 5(1) 2024, Volume 5. Nomor 1, 2024, hlm. 46.

¹⁵ Ardi Fadil, "Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bonena." *dalam jurnal manajemen dan akuntansi*, Volume 2, Nomor 1, 2024, hlm. 29.

terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sailendra Restoran.¹⁶ Hasil Penelitian dari Mirna menunjukkan bahwa variabel suasana café dan harga secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Suasana cafe secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁷

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini, terdapat perbedaan yang dapat diamati jika dibandingkan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada objek yang berbeda, seperti rumah makan, restoran, atau kafe di luar konteks Pondok Hijau. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian, jumlah sampel yang digunakan, variabel yang diteliti, serta permasalahan yang muncul di setiap lokasi penelitian. Hal ini menunjukkan adanya *research gap*, yaitu belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas hubungan harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Pondok Hijau. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti lebih jauh fenomena yang terjadi di Pondok Hijau, khususnya terkait harga yang dianggap cukup tinggi oleh kalangan remaja dan pelayanan yang dirasakan belum konsisten.

¹⁶ Tita Rohmatul, " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Suasana Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sailendra Restaurant, " *dalam jurnal Panorama Nusantara*, Volume 17, issue 2 Juli-Desember, 2022, hlm. 10.

¹⁷ Mirna Amir, "Pengaruh Suasana Café Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Koniciwa Di Kota Palu), " *dalam jurnal Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 21 No.2, Juli 2024, hlm. 235.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas serta adanya hasil penelitian yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk mengangkat secara lebih mendalam mengenai **”Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah diatas maka yang menjadi identifikasi masalah berikut ini:

1. Banyak pelanggan yang tidak puas setelah berkunjung pada Cafe Pondok Hijau. Ada rasa ketidakpuasan terhadap pelanggan, tetapi pelanggan tetap loyal berkunjung kembali pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
2. Harga yang ditawarkan Cafe Pondok Hijau relatif tinggi, beberapa pelanggan menilai harga menu di cafe pondok hijau relatif tinggi dibanding cafe lain disekitar lainnya. Tetapi jumlah pelanggan terus meningkat pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pondok hijau kepada pelanggan belum sesuai dengan yang diinginkan. Pelanggan kerap mengeluhkan pelayanan yang kurang cepat atau kurang ramah dari karyawan. Tetapi jumlah pelanggan terus meningkat pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, untuk memudahkan dan tidak menyalahi sistematika penulisan karya ilmiah sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan, maka peneliti membatasi masalah untuk memfokuskan

pembahasan yang akan dikaji. Berdasarkan identifikasi yang ada peneliti memfokuskan pada variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan pelanggan, dan variabel bebas (X1) yaitu Harga dan (X2) Kualitas pelayanan. Subjek penelitian ini dibatasi hanya pelanggan yang telah melakukan pembelian pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan yang disusun berdasarkan karakteristik suatu hal yang dapat dilihat atau diukur. Pentingnya konsep yang bisa diamati ini adalah agar memungkinkan pihak lain selain peneliti melakukan pengamatan yang sama. Dengan demikian, langkah-langkah yang ditempuh peneliti dapat diuji kembali oleh orang lain.¹⁸

Definisi operasional dalam penelitian ini memuat penjelasan singkat mengenai setiap variabel yang diteliti, meliputi indikator pengukuran serta skala yang digunakan. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Uraian lengkap mengenai definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan rasa puas yang di dapat oleh pelanggan atas barang atau jasa yang dibelinya. Kepuasan akan tercapai apabila produk yang	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali	Ordinal

¹⁸Almasdi Syahza, Metodologi Penelitian (Edisi Revisi, Pekanbaru : Unri Press, 2021), hlm. 68.

	dikonsumsi mampu memenuhi harapan pelanggan dari segi kualitas, rasa, dan variasi. ¹⁹	3. Kesiediaan merekomendasikan	
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk dan jasa. Harga yang sesuai dengan kualitas produk akan menimbulkan kepuasan pelanggan. ²⁰	1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk. 3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat 4. Harga sesuai Daya saing	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang rendah dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. ²¹	1.Keandalan (<i>reliability</i>) 2.Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 3.Jaminan (<i>assurance</i>) 4.Empati (<i>empathy</i>)	Ordinal

E. Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara?
2. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara?

¹⁹Shella dkk, "pengaruh kepuasan konsumen, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk lucina, "dalam jurnal *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, Volume1, Nomor 3, 2022, hlm. 4.

²⁰Sumarsid dan Budi," Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)," *Jurnal Ilmiah M- progress* Volume, 12, NO. 1, Januari 2022, hlm. 74.

²¹Martin Purba dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumendengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, Volume 7, Nomor 2, April 2023, hlm. 1092.

3. Apakah Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe pondok hijau di Padang Lawas Utara.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
3. Untuk mengetahui Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

G. Manfaat Penelitian

Adanya manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan melatih pola pikir serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan juga dijadikan sebagai referensi dalam menghadapi permasalahan yang sama.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus untuk pengembangan keilmuan, khususnya pada fakultas ekonomi dan bisnis islam serta sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan menjadi salah bahan tambahan atau referensi dalam menentukan penelitian yang sama yang berkaitan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe pondok hijau Di Padang Lawas Utara.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Kepuasan Pelanggan

1) Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, individu puas karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dari pelayanan yang diberikan terpenuhi.²²

Menurut Archakova dalam buku Samsurijal Hasan mengenai kepuasan pelanggan adalah elemen kunci yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis dalam mengembangkan, memperbaiki bisnis, serta meningkatkan keuntungan perusahaan. Secara khusus, hal ini juga berperan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan.

²²Khamdan Rifai, *Buku Kepuasan Konsumen* (Mangli Jember : UIN Khas Press, Februari 2023), hlm. 55.

Pelayanan yang optimal mencerminkan adanya budaya organisasi yang tertata dengan baik, yang sekaligus dapat dijadikan indikator dari karakter budaya sosial.²³

Menurut Tjiptono dalam buku Zelvian Adhari bahwa Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari proses evaluasi setelah mereka melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk maupun layanan. Dalam proses ini, pelanggan akan membandingkan antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang sebenarnya mereka terima. Apabila produk atau jasa yang diperoleh mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut, maka pelanggan akan merasa puas.²⁴

Disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi psikologis positif yang muncul ketika pelanggan merasa bahwa apa yang mereka peroleh sesuai atau melebihi harapan mereka. Dalam hal ini, harapan pelanggan biasanya terbentuk sebelum pembelian, berdasarkan informasi, pengalaman sebelumnya, dan janji yang diberikan oleh penyedia produk atau jasa. Jika layanan yang diberikan dan harga yang ditetapkan dianggap layak, adil, serta sesuai dengan ekspektasi mereka, maka pelanggan akan merasa puas.

²³Samsurijal Hasan, *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan* (Upaya Membangun BUMD) (Banten: Media Medani, 2020), hlm. 2.

²⁴Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: Qiara Media, 2021), hlm. 11.

2) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan, dapat dilihat dari perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah mereka membandingkan kinerja produk dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Perusahaan perlu memperhatikan 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan sebagai tersebut:²⁵

- a) Produk, Produk yang berkualitas mampu memenuhi selera dan harapan konsumen. Kepuasan dari aspek ini dapat diukur melalui variasi produk yang ditawarkan, mutu produk, serta ketersediaannya di pasar.
- b) Harga, Harga mencerminkan kualitas produk dan diukur dari tingkat harga yang ditetapkan, kesesuaian nilai jual, serta variasi harga yang diberikan.
- c) Promosi, Merupakan upaya komunikasi kepada target konsumen mengenai manfaat produk. Efektivitas promosi dapat dilihat dari kegiatan iklan, pemberian diskon, dan hadiah yang disediakan.
- d) Pelayanan Karyawan, Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan kepuasan. Hal ini diukur dari kesopanan, keramahan, kecepatan, dan ketepatan dalam melayani.

²⁵Marcella Dermawan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopitiam Laoban Surabaya," *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, Volume 1 No 3 Agustus 2024, hlm. 46.

- e) Suasana, Faktor pendukung yang berperan dalam memberikan kesan positif kepada konsumen sebagai bagian dari upaya menciptakan kepuasan, seperti kenyamanan tempat, kebersihan, dan penataan lingkungan.²⁶

3) Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Adapun Metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- a) Sistem Keluhan dan Saran, bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, atau keluhan agar perusahaan dapat melakukan perbaikan.
- b) Survei Kepuasan Pelanggan, Pengumpulan data melalui kuesioner/wawancara untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
- c) Ghost Shoppin, Pengecekan kualitas layanan oleh pembeli pura-pura (*mystery shopper*) guna menilai standar pelayanan.
- d) Lost Customer *Analysis*, terhadap pelanggan yang berhenti membeli untuk mengetahui penyebab dan mencegah kehilangan pelanggan lebih lanjut.²⁷

4) Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam dunia bisnis dan pemasaran, kepuasan konsumen dapat diukur melalui berbagai indikator tertentu. Apabila perusahaan mampu mengidentifikasi dan menilai indikator-indikator tersebut

²⁶Marisi Butarbutar dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffe Pematangsiantar," *Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen*, Volume 7, Nomor 2, Desember 2021.

²⁷Hermanto, *Buku Penelitian* (Surabaya: *jakad publishing*, 2019), hlm. 23.

dengan tepat, mereka dapat melakukan inovasi untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi.²⁸ Terdapat tiga indikator yaitu:

- a) Kesesuaian harapan, Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Harapan ini dapat terbentuk dari pengalaman sebelumnya, promosi, maupun opini orang lain.
- b) Minat berkunjung kembali, Salah satu indikator dari kepuasan pelanggan adalah munculnya keinginan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama di masa mendatang. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas dan minat untuk melakukan kunjungan ulang.
- c) Kesiediaan merekomendasikan, Pelanggan yang merasa puas tidak hanya kembali berkunjung, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Rekomendasi ini bisa berupa ajakan langsung, ulasan positif, maupun testimoni di media sosial.²⁹

b. Harga

1) Pengertian Harga

Harga adalah bentuk satuan nilai, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lain seperti barang atau jasa yang digunakan sebagai

²⁸Nandang Lesmana dkk, *Manajemen Pemasaran* (Depok: Strategi Cita Semesta, Juni 2024), hlm. 91.

²⁹Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Suarabaya: Unitomo, 2019), hlm. 92.

alat tukar guna memperoleh akses atau kepemilikan atas suatu barang atau jasa. Sedangkan Swastha mengemukakan bahwa harga merupakan total biaya dalam bentuk uang dan jika memungkinkan dapat mencakup barang tambahan yang harus dibayarkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan layanan secara bersamaan.³⁰

Menurut Fakhruddin, Roellyanti, dan Awan, Harga adalah suatu nilai yang diungkapkan dalam bentuk rupiah yang digunakan dalam proses pertukaran atau transaksi, yaitu sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan. Penentuan harga memiliki peranan strategis yang signifikan dalam upaya perusahaan bersaing di pasar. Oleh karena itu, tujuan penetapan harga harus sejalan dengan strategi yang diambil perusahaan dalam menentukan posisi dan keunggulannya dibandingkan para pesaing.³¹

Menurut Sari Dewi Harga adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Proses penetapan harga memiliki peran yang krusial dalam strategi bauran pemasaran, karena secara langsung berhubungan dengan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Oleh sebab itu, keputusan terkait harga sangat menentukan sejauh mana konsumen

³⁰Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, (Semarang: Prima Agus Tehknik, 2022), hlm. 128.

³¹Fakhruddin dkk, *Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, November 2022), hlm. 31.

menilai nilai dari suatu layanan, sekaligus berperan dalam membentuk citra dan persepsi terhadap kualitas layanan tersebut.³²

Dapat disimpulkan bahwa Harga merupakan komponen penting dalam kegiatan ekonomi yang berfungsi sebagai alat tukar dalam memperoleh barang atau jasa, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lainnya. Penetapan harga tidak hanya mencerminkan nilai suatu produk atau layanan, tetapi juga memiliki peranan strategis dalam menentukan posisi perusahaan di tengah persaingan pasar. Selain itu, harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen, karena dapat memengaruhi persepsi terhadap kualitas serta membentuk citra suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, strategi penetapan harga harus dirancang secara cermat agar selaras dengan tujuan pemasaran dan daya saing perusahaan.

2) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Persepsi nilai pelanggan terhadap suatu produk menjadi batas atas harga yang dapat ditetapkan. Apabila pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan nilai manfaat produk, maka kemungkinan besar mereka enggan untuk membeli. Oleh karena itu, penetapan harga harus berada di antara dua batas ekstrem tersebut. Di dalam proses ini, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor internal dan eksternal lain Sebagai berikut:³³

³²Sari Dewi, *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, (Surabaya: Global Aksara Press, September 2022), hlm. 26.

³³Sudiyono dkk, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata* (Malang, Agustus 2018), hlm. 21.

a) Faktor Internal

Penetapan harga suatu produk tidak bisa dilakukan sembarangan, melainkan harus memperhatikan berbagai aspek penting yaitu:³⁴

- (1) Nilai produk, karena harga yang ditentukan harus sebanding dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Jika harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan nilai yang diberikan, pelanggan cenderung tidak tertarik membeli.
- (2) Daur Hidup Produk, juga memengaruhi strategi harga. Pada tahap peluncuran, perusahaan mungkin menetapkan harga lebih tinggi untuk menutup biaya riset dan promosi, atau sebaliknya memberikan harga rendah untuk menarik pasar.
- (3) Biaya produksi, juga menjadi batas bawah penetapan harga. Harga yang terlalu rendah dibandingkan biaya produksi akan menyebabkan kerugian.
- (4) Tujuan pemasaran, memegang peranan penting. Jika tujuan utama adalah memperoleh laba maksimal, strategi harga akan berbeda dibandingkan jika perusahaan ingin memperluas pangsa pasar atau membangun citra merek.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah berbagai hal yang berada di luar kendali langsung manajemen perusahaan, tetapi tetap memiliki

³⁴Ela Elliyana dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Malang: Ahli Media Press, September 2022), hlm. 109.

pengaruh besar terhadap kinerja perusahaan. Faktor-faktor ini mencakup kondisi ekonomi secara umum yaitu.³⁵

(1) Kondisi perekonomian, meliputi kebijakan pemerintah, inflasi, suku bunga, nilai tukar, serta stabilitas politik, ekonomi, dan sosial, yang semuanya memengaruhi kinerja dan strategi perusahaan.

(2) Karakteristik Pasar dan Tingkat Permintaan, termasuk elastisitas permintaan, segmentasi konsumen, dan daya beli, memengaruhi sejauh mana harga dapat diterapkan secara fleksibel.

(3) Tingkat Persaingan, harga kompetitor dan strategi mereka dalam pasar memengaruhi bagaimana perusahaan harus menyesuaikan harga agar tetap kompetitif.³⁶

3) Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga adalah aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga suatu produk. Perusahaan harus menetapkan sasaran yang ingin dicapai melalui penawaran produk tersebut. Setiap perusahaan dapat memiliki tujuan yang berbeda, antara lain.³⁷

³⁵Prewesti Ningrum, *Nilai Perusahanan (Konsep dan Aplikasi* (Inramayu: Adanu Abimata, 2021), hlm. 30-31.

³⁶Amri,” Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan,” *dalam Jurnal Warta*, Edisi : 59 Januari 2019.

³⁷Sundari dan Hanapi, *Strategi Pemasaran* (Pekan Baru: UIR Press, 2024), hlm. 78.

- a) Kemampuan Bertahan (*Survival*), kemampuan perusahaan untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah persaingan pasar yang ketat atau situasi ekonomi yang tidak stabil.
- b) Laba Maksimum (*Maximum Current Profit*), upaya perusahaan untuk memperoleh keuntungan terbesar yang dapat dicapai pada periode tertentu. Pendekatan ini mengutamakan peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya agar margin keuntungan berada pada titik optimal.
- c) Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*), strategi yang diarahkan untuk menguasai porsi pasar seluas-luasnya dibandingkan pesaing. Perusahaan biasanya menggunakan harga yang kompetitif, promosi agresif, dan distribusi yang luas untuk menarik konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama, sehingga dapat menjadi pemimpin pasar.
- d) Pemerahan Pasar Maksimum (*Maximum Market Skimming*), merupakan strategi untuk memperoleh pendapatan maksimal dari segmen pasar tertentu dengan cara menetapkan harga awal yang tinggi. Pendekatan ini umumnya diterapkan pada produk baru atau inovatif yang memiliki nilai unik dan belum banyak pesaing.³⁸

4) Indikator Harga

Harga adalah komponen paling fleksibel dalam strategi pemasaran, karena dapat diubah dengan cepat, yang biasanya

³⁸Feky Reken, Erdawati, Rahayu dkk, *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (Pauh Padang: Gita Lentera, Januari 2024), hlm. 86-87.

memerlukan waktu dan proses lebih panjang untuk disesuaikan.

Terdapat juga 4 indikator yang mencirikan harga yaitu:

- a) Keterjangkauan Harga, ditetapkan perusahaan harus dapat dijangkau oleh konsumen. Dalam satu merek, biasanya tersedia beberapa varian produk dengan rentang harga dari yang paling murah hingga yang paling mahal, sehingga konsumen dapat memilih sesuai kemampuan mereka.
- b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, harga sering dijadikan tolok ukur kualitas oleh konsumen. Sering kali, di antara dua produk, konsumen memilih yang berharga lebih tinggi karena dianggap memiliki kualitas yang lebih baik.
- c) Kesesuaian Harga dengan Manfaat, Konsumen cenderung membeli produk jika manfaat yang diperoleh setara atau lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.
- d) Harga Sesuai Daya Saing, Sebelum membeli, konsumen biasanya membandingkan harga suatu produk dengan produk sejenis lainnya. Pertimbangan mahal atau murah menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian.³⁹

c. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam buku Meithiana definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak

³⁹Satti Manglo dkk, *Potensi Konsumen Dalam Berbelanja* (Gowa: Pusaka Almailda, 2021), hlm. 29-30.

kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.⁴⁰

Pada dasarnya, kualitas pelayanan mencerminkan persepsi nyata terhadap mutu suatu layanan. Konsep kualitas layanan mencerminkan transformasi menyeluruh dan berkelanjutan dalam cara pandang manusia dalam menjalankan aktivitas usahanya. Proses ini bersifat dinamis dan terus berlangsung demi memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan. Sejalan dengan teori kualitas yang disampaikan oleh Marcel, keberhasilan suatu layanan sangat ditentukan oleh mutu pelayanannya. Kualitas itu sendiri menjadi bentuk penghargaan tertinggi terhadap tindakan pelayanan yang diberikan.⁴¹

Kualitas merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis dan berkaitan dengan produk, layanan, sumber daya manusia, proses, serta lingkungan, yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Pada dasarnya, kualitas erat kaitannya dengan pemberian pelayanan terbaik, yakni bagaimana sikap dan cara seorang karyawan dalam memberikan pelayanan secara optimal kepada pelanggan atau

⁴⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo, 2019), hlm. 58.

⁴¹ Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen* (Mataram: Sanabil, desember 2021), hlm. 25.

masyarakat. Menurut Triguno, pelayanan yang terbaik mencakup kesediaan untuk melayani kapan saja dengan cepat, memuaskan, penuh kesopanan, bersikap ramah dan membantu, serta dilakukan secara profesional dan kompeten.⁴²

Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Suatu perusahaan yang berhasil memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya akan dapat mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan. Menurut Lewis & Booms merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁴³

2) Jenis-Jenis Kriteria pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kondisi yang bersifat dinamis dan memiliki keterkaitan erat dengan produk, jasa, serta sumber daya manusia. Dalam pembahasan kualitas pelayanan, Tjiptono mengidentifikasi beberapa kriteria yang digunakan, di antaranya sebagai berikut:

- a) Ketepatan waktu, pelayanan mencakup lamanya waktu tunggu saat transaksi maupun proses pembayaran. Dalam memberikan layanan,

⁴² Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019) hlm. 16.

⁴³ Eka Suhartini, *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, Desember 2019), hlm. 18.

aspek ketepatan ini perlu diperhatikan baik pada saat transaksi makanan maupun saat penyelesaian pembayaran.

- b) Akurasi pelayanan, kemampuan dalam mengurangi atau menghindari kesalahan, baik pada proses pelayanan maupun transaksi. Faktor ini menjadi salah satu unsur penting dalam memberikan layanan, sehingga pelayan perlu memastikan setiap langkah pekerjaan dilakukan secara tepat.
- c) Sopan santun dan keramahan dalam memberikan pelayanan, aspek penting yang harus diperhatikan. Sikap ramah dan santun menjadi salah satu komponen utama dalam pelayanan, yang tercermin melalui perilaku kita selama berinteraksi dan melayani tamu.
- d) Kemudahan dalam memperoleh pelayanan, meliputi tersedianya sumber daya manusia yang siap membantu konsumen, serta adanya fasilitas pendukung seperti komputer untuk mengecek ketersediaan produk. Dalam konsep pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila petugas yang melayani bersikap cekatan, memiliki pemahaman yang baik, mengerti kebutuhan tamu, dan tanggap dalam memberikan jawaban yang diharapkan.
- e) Kenyamanan Pelanggan, mencakup berbagai aspek seperti lokasi yang strategis, area parkir yang memadai, ruang tunggu yang

nyaman, kebersihan, ketersediaan informasi, dan faktor pendukung lainnya.⁴⁴

3) Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Indar Rohmawati kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap perbandingan antara tingkat pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan sebagai baik dan memuaskan. dapat dilihat dari 5 indikator sebagai berikut :⁴⁵

- a) Keandalan (*reliability*) Keandalan adalah Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b) Ketanggapan (*responsiveness*) Ketanggapan/daya tanggap adalah Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c) Jaminan (*assurance*) adalah Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

⁴⁴Krishna Anugrah dan Wayan Sudarmayasa, *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi* (Gorontalo: Ideas Publishing, November 2020), hlm 19-21.

⁴⁵Indar Rohmawati, dkk, "Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian di Cafe Alas Pacetmojokerjo," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* , Vol.1, No.11, Juli 202, hlm, 3081.

d) Empati (*empathy*) adalah Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.⁴⁶

d. Kepuasan, Harga dan Pelayanan Dalam Perspektif Islam

1) Kepuasan Pelanggan

Menurut ajaran Islam, kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan secara materi, tetapi juga dari kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariat. Kepuasan tercapai apabila barang atau jasa yang diberikan memenuhi ketentuan syariah, baik dari segi kehalalan, kemanfaatan, maupun etika dalam penyampaian.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Ali-Imran ayat 159, yang memberikan pedoman kepada kaum mukmin, termasuk para pelaku usaha, untuk bersikap lemah lembut bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allahlah, engkau berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau berlaku keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan (itu). Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(159).

⁴⁶Mubarok Suparman, *Pelayanan Publik Kontemporer* (Cet. 1, Bandung: Admidrasi Publik, Desember 2019), hlm. 37.

Menurut Quraish Shihab dalam tafsir Almisbah menjelaskan tentang kepuasan, Setelah dalam ayat-ayat yang lalu Allah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum, kini tuntunan diarahkan kepada Nabi Muhammad saw, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada bum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembutan Nabi saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan berperang, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan; beliau tidak memaki dan mempersalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka, tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lain-lain.⁴⁷

2) Harga

Harga dalam konteks akad adalah nilai yang disepakati dan direlakan oleh kedua belah pihak dalam transaksi. Nilai tersebut bisa lebih rendah, lebih tinggi, atau setara dengan nilai barang yang diperjualbelikan. Umumnya, harga berfungsi sebagai alat tukar atas suatu barang yang telah disetujui dan diridai oleh pihak-pihak yang

⁴⁷Quraish Shihab, *Tafsir AL-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Departemen Agama), hlm 255-256.

melakukan akad.⁴⁸ Hal ini sesuai dengan QS. AL- Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang makan (bertransaksi dengan) riba, tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang dibingungkan oleh setan, sehingga ia tak tahu arah disebabkan oleh sentuhan (nya). Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan karena mereka berkata, “Jual beli tidak lain kecuali sama dengan riba,” padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Maka barang siapa yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu berhenti (dari praktek riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (kembali) kepada Allah. Adapun yang kembali (bertransaksi riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”(275).

Ayat-ayat yang lalu berbicara tentang nafkah atau sedekah dalam berbagai aspeknya. Dalam anjuran bernafkah tersirat anjuran untuk bekerja dan meraih apa yang dapat dinafkahkan. Karena bagaimana mungkin dapat memberi, kalau Anda tidak memiliki. Nah, ada cara perolehan harta yang dilarang oleh ayat ini, yaitu yang bertolak belakang dengan sedekah. Cara tersebut adalah riba. Sedekah adalah pemberian tulus dari yang mampu kepada yang butuh tanpa mengharap imbalan dari mereka. Riba adalah mengambil kelebihan di atas modal dari yang butuh dengan mengeksploitasi kebutuhannya.

⁴⁸Nuryadin,” *Harga Dalam Perspektif Islam*,” dalam jurnal muzahir, volume lv, nomor. 1,.hlm. 93.

Para pemakan riba itulah yang dikecam oleh ayat ini, apalagi praktek ini dikenal luas di kalangan masyarakat Arab.⁴⁹

3) Pelayanan

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.⁵⁰ Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. AL-Anam ayat 135:

قُلْ يَقَوْمِ اعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَامِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ مَنْ تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ١٣٥

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), Wahai Kaumku, berbuatlah menurut kedudukanmu, aku pun berbuat(demikian). Kelak kamu akan mengetahui siapa yang akan memperoleh tempat (terbaik) diakhirat (nanti).Sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan beruntung.”(135)

Etika Seorang pelayan menjadi suatu disiplin ilmu. Memiliki kemampuan yang memadai untuk membangun pribadi menjadi pelayan publik yang baik. bersikap ramah, sopan dan hormat disaat melakukan interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk membantu dalam memperoleh pelayanan. Sesuai dengan firman Allah diatas,berbuatlah sesuai kedudukanmu dan semampumu, kelak nanti akan memperoleh tempat yang terbaik diakhirat. Firman tersebut menjadi landasan pondasi bagi seorang pelayan publik, agar menjadi

⁴⁹Quraish Shihab, *Tafsir AL-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Departemen Agama), hlm. 587.

⁵⁰Dian Nirmala dkk, "Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Surah Al-Baqarah", *dalam Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Volume. 2 No. 3 September 2024, hlm. 223.

seorang insan yang berguna bagi nusa dan bangsa. Konsistenterhadap apa yang selama dijalankan terhadap bentukketaatan kepada Allah SWT dalam menyebarkan kebaikan terhadap sesama makhluk yang ada dimukabumi ini.⁵¹

Kesimpulan dari Kepuasan pelanggan, harga, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam saling berkaitan erat dan berlandaskan prinsip syariah. Kepuasan pelanggan tercapai ketika barang atau jasa yang diberikan halal, bermanfaat, dan disertai pelayanan yang jujur, amanah, serta lemah lembut. Penetapan harga harus adil, tidak merugikan salah satu pihak, dan sejalan dengan Maqashid al-Syariah untuk menjaga kemaslahatan serta menghindari kemudharatan. Kualitas pelayanan menjadi bagian dari akhlak mulia yang mencerminkan nilai-nilai Islam, sehingga seluruh proses transaksi membawa keberkahan dan kemanfaatan bagi semua pihak.

e. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Dan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Dari penelitian gusti ayu agung maharani dalam jurnal bahwa, Harga suatu gambaran yang seluruh atau persepsi dimana harga

⁵¹Ichsana, Nurdin, umam, dkk, *Ayat-Ayat Administrasi Publik Dalam Al-Qur'an* (Edisi 1, Bandung: Administrasi, Juni 2022), hlm. 52-54.

mencerminkan bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil, persepsi harga ini berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang di dalam konsumen. Bahwa harga berepengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.⁵²

Dalam penelitian Asri Yanti Bali dalam jurnal bahwa, Harga menjelaskan bahwa kualitas produk karena konsumen mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, hal ini terjadi pada konsumen. Pada konsumen lebih memperhatikan unsur harga dan kualitas produk. Sehingga konsumen akan tetap mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya dan bersedia membayar lebih banyak untuk kenyamanan, penampilan, keunggulan yang dirasakan yang diberikan kepada konsumen. Bahwa harga berepengaruh positif terhadap kepuasan konsumen⁵³

Dalam penelitian Ria siti aisyah dalam jurnal bahwa, Memperlhatikan bahwa harga jika suatu harga memberikan kualitas yang baik kepada pelanggan maka semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen , sebaliknya apabila suatu harga tidak memberikan kualitas yang baik, maka tingkat kepuasan konsumen tersebut akan rendah . hal ini bahwa harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan

⁵²Gusti Ayu Agung Maharani, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung”, *Dalam Jurnal Values*, Vol. 3, No.1. (2022), hlm.3.

⁵³Astri yanti bali, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”, *Dalam Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi*, Vol.1, No.1 Mei 2022, hlm.2.

penawaran harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang disajikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen⁵⁴

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan harga dengan kepuasan konsumen yaitu jika harga semakin tinggi maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

f. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu pelayanan yaitu konsumen itu sendiri material dan informasi. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi pelayanan akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan.

Dalam penelitian Erlina Pakki dalam jurnalnya menyatakan bahwa, Kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu

⁵⁴ Ria Siti Aisyah, „Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe’s Gril Swiss Bell-Hotel Mangga Besar“, Dalam *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.25,No.2 (2022),hlm. 9.

bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan. Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen⁵⁵

Penelitian Putri Oktaviani Devi dalam penelitiannya menyatakan bahwa: Kualitas pelayanan merupakan fasilitas yang diinginkan pelanggan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, ketika pelanggan percaya bahwa layanan yang pelanggan terima akan memenuhi harapan pelanggan, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang tidak diharapkan pelanggan tak terpenuhi maka pelanggan akan menanggapi pelayanan tersebut. Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen⁵⁶

Dalam penelitian Alvin Mariansyah dalam jurnal menyatakan bahwa, Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas. Bahwa dari hal ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁵⁷

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan penting dalam suatu penelitian karena memberikan gambaran mengenai hasil penelitian yang telah

⁵⁵Erlina Pakki Dkk, „Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar“, *Dalam Jurnal of Business Administration*, Vol. 3, No.2 (2019), hlm.231.

⁵⁶Putri Oktaviani Dewi, „Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Massa Coffe Shop Bandung“, *Dalam Journal of Economics and Business*, Vol.6, No.1, 2022, hlm.228.

⁵⁷Alvin Mariansyah, „Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu“, *Dalam Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol. 3, No.3 (2020), hlm. 135.

dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki peran dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya pada usaha di bidang café dan kuliner. Namun, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan perbedaan temuan, baik yang menyatakan adanya pengaruh signifikan maupun tidak signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pondok Hijau.

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut acuan adalah sebagai berikut:

Tabel I.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Alya Ayunani, 2023, (Jurnal Vol. 21, No.3, Juli 2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Hasil dari penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. berdasarkan uji simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. ⁵⁸

⁵⁸Alya Ayunani dkk, " Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 21, No. 3, Juli 2023, hlm. 290.

2.	Dian Meyliana dan Sonny Santosa, 2022 (Jurnal Vol.2, No.2)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee)	Hasil dari penelitian ini semua variabel sudah berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. ⁵⁹
3.	Trilia Bella B. Abram, 2023, (jurnal vol. 4 no. 1)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe kapal bitung	Pengaruh kualitas pelayanan bersifat positif dan signifikan, artinya apabila kualitas pelayanan semakin baik maka konsumen akan merasa puas sehingga minat beli akan meningkat. ⁶⁰
4.	Made Tiya Yogi Suari, 2019 (jurnal manajemen vol. 5 no. 1)	Pengaruh kaulitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian	kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda. ⁶¹
5.	Rina dan apriani, 2019 (J(ournal of Management Studies Vol. 6 No. 2)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung	Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung dan terdapat Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. ⁶²

⁵⁹Dian Meyliana dan Sonny Santosa, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee)," dalam *jurnal Ekonomi dan Bisnis*

⁶⁰Abram, Tumbel, dan Mangindaan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung," dalam *jurnal ilmu dan politik*, volume 4, nomor 1, 2023, hlm. 1.

⁶¹Made Tiya Yogi Suari dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian," dalam *jurnal manajemen*, Volume 5, Nomor 1, maret 2019, hlm. 30.

⁶²Rina dan apriani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung," dalam *jurnal Journal of Management Studies*, Vol. 6, No. 2 2019, hlm. 132-133.

6.	Arianto, 2020(Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 9, Nomor 6)	Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopisae. ⁶³
7.	Rosa Lesmana dan Ratna Sari (Jurnal Pemasaran Kompetitif) Vol.2 No.2 (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tamapiranti Nuasa	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. ⁶⁴

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Alya Ayunani yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada Variabel penelitian. Penelitian Alya Ayunani memiliki empat variabel sedangkan peneliti meneliti hanya memiliki tiga variabel.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dian Meyliana dan Sonny Santosa yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Dian Meyliana dan Sonny Santosa dilakukan Cafe Deumdee Rangkasbitung sedangkan peneliti meneliti pada *cafe* pondok hijau di Padang Lawas Utara.

⁶³Arianto,"Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae," *dalam jurnal ilmu dan riset manajemen*, Volume 9,Nomor 6.

⁶⁴ Rosa dan Ratna, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tamapiranti Nuasa" *dalam jurnal Pemasaran Kompetitif* , Vol.2, No.2, 2019.

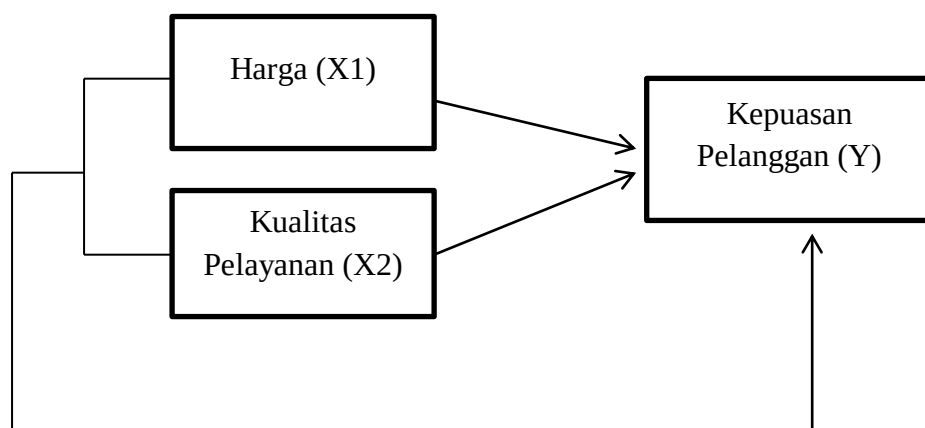
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Trillia Bella yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Trillia Bella dilakukan pada *cafe kapal bitung*, sedangkan peneliti meneliti pada *cafe pondok hijau di Padang Lawas Utara*.
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Made Tiya yaitu sama-sama membahas tentang Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya penelitian Made Tiya meneliti tentang keputusan pembelian sedangkan peneliti meneliti tentang terhadap kepuasan pelanggan.
- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rina dan Apriani yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan. Dan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Rina Dana Apriani dilakukan pada *Cafe Deumdee Rangkasbitung* sedangkan peneliti meneliti pada *cafe pondok hijau di padang lawas utara*.
- f. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Arianto yaitu sama-sama membahas tentang Pengaruh harga dan kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya pada variabel, Penelitian Arianto meneliti tentang keputusan pembelian sedangkan peneliti meneliti tentang terhadap kepuasan pelanggan.
- g. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang Pengaruh harga dan kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya

pada variabel, Penelitian meneliti tentang keputusan pembelian sedangkan peneliti meneliti tentang terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kerangka Pikir

Pelanggan pondok hijau dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan setelah mengevaluasi suatu harga dengan pelayanan yang diterimanya. Pelanggan juga akan puas jika harga sebanding dengan harga produk dan jasa yang diterimanya. Secara sistematis, kerangka pikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Berdasarkan gambar diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, secara persial harga (X_1) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y), secara persial kualitas pelayanan (X_2) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Dan secara simultan harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y).

4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah pernyataan atau dugaan sementara mengenai kondisi suatu populasi yang kebenarannya masih perlu dibuktikan. Dalam statistik, hipotesis bisa berkaitan dengan jenis variabel, seperti binomial, poisson, atau normal, maupun berkaitan dengan parameter tertentu seperti rata-rata, varians, simpangan baku, atau proporsi. Karena hipotesis statistik harus diuji, maka pernyataannya perlu dinyatakan dalam bentuk kuantitatif agar bisa diputuskan untuk diterima atau ditolak.⁶⁵

Berdasarkan pada pembahasan landasan teori maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

- H1 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
- H3 : Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

⁶⁵Benny Pasaribu dkk, *Metodologi Penelitian*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022) hlm. 100.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di cafe pondok hijau desa Hadungdung kecamatan portibi Kabupaten Padang Lawas Utara. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Desember 2025.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi.⁶⁶

Penelitian kuantitatif sebagian besar dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian. Dalam metode penelitian ini, para peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka kerja matematika dan teori-teori yang berkaitan dengan kuantitas yang dipertanyakan.

⁶⁶Abdullah dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Muhammad Zaini, Juli 2022), hlm. 1.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang menjadi wilayah generalisasi, terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga mencakup objek, benda, atau fenomena alam lainnya.⁶⁷ Populasi dalam penelitian di cafe pondok hijau adalah seluruh pelanggan yang datang dan melakukan pembelian, baik itu mahasiswa, pelajar, pekerja, maupun masyarakat umum.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi. Dalam kondisi di mana populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya misalnya karena keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, peneliti akan memilih sebagian data atau objek dari populasi tersebut sebagai sampel.⁶⁸

Menurut Tyas Untari Teknik sampling adalah metode untuk menentukan jumlah dan jenis sampel yang akan dijadikan sumber data, dengan mempertimbangkan sifat serta penyebaran populasi, sehingga sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi secara representatif.⁶⁹

⁶⁷ Pahmi, *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (Makassar: Nas Media Indonesia, Maret 2024) hlm. 24

⁶⁸ Benny Pasaribu, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022) hlm. 49.

⁶⁹ Tyas Untari, *Metodologi Penelitian Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis* (Cet 1, Banyumas : Pena Persada, 2018), hlm. 36.

Teknik penarikan sampel kelompok *non probability random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Incidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, selama orang tersebut dianggap sesuai sebagai sumber data.⁷⁰ Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 10%. Maka sampel pada penelitian ini adalah:

Maka sampel pada penelitian ini adalah:⁷¹

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- z = nilai yang ditentukan sebesar 95%, maka Z= 1,96
- p = 0,5
- d = tingkat kesalahan 10% = 0,1

Maka berdasarkan rumus di atas diketahui bahwa:

$$n = \frac{(1,96^2) \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$\pi = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$\pi = 96,04$$

⁷⁰Nurulita Imansari dan Umi Kholifah, *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan* (Madiun: Unipma Press, November 2023), hlm. 99.

⁷¹Zainuddin dan Aditya, *Metodologi Penelitian* (Cetakan Pertama, Purbalingga: Media Aksara, 2023), hlm. 192-193.

Dari perhitungan diatas maka sampel yang akan diteliti berjumlah 96,04 digenapkan menjadi 97 responden. Sampel penelitian ini terdiri pada Cafe Pondok Hijau Padang Lawas Utara.

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian memiliki peran penting dalam penelitian kuantitatif. Instrumen ini berfungsi sebagai alat untuk membantu mengumpulkan data secara sistematis dan objektif, sesuai dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian.⁷² Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau objek penelitian, baik melalui observasi, wawancara, kuesioner, maupun dokumentasi. Data ini dikumpulkan oleh peneliti sendiri dengan tujuan spesifik sesuai dengan kebutuhan penelitian yang sedang dilakukan. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁷³

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang memungkinkan peneliti merekam perilaku atau peristiwa pada saat hal tersebut berlangsung, Untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan peneliti. Dan juga fondasi dari ilmu pengetahuan karena

⁷² Soesana, Subakti, Karwant dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Cetakan Pertama, Yayasan Kita Menulis, April 2023), hlm. 59.

⁷³ Firmansyah dan Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media, Mei 2019) hlm. 43.

penelitian hanya dapat dilakukan berdasarkan data, yaitu fakta-fakta tentang realitas yang diperoleh melalui pengamatan. Melalui observasi peneliti dapat memahami suatu perilaku serta makna yang terkandung di dalamnya. Secara umum, observasi menjadi sarana penting untuk mengungkapkan informasi yang akurat dan mendalam mengenai objek yang diteliti.⁷⁴

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden, di mana terjadi pertukaran pertanyaan dan jawaban, untuk mengumpulkan fakta-fakta tentang realitas, melainkan sarana untuk membentuk pemahaman yang bersifat situasional. Pemahaman tersebut lahir dari episode interaksi tertentu antara pewawancara dan narasumber.⁷⁵

Tujuan utama dari wawancara adalah untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pandangan, pengalaman, dan pemikiran subjek penelitian. Kelebihan dari metode ini adalah kemampuannya dalam memberikan pemahaman yang lebih kaya serta fleksibilitas dalam menjelajahi topik dan klarifikasi data. Namun, wawancara juga memiliki keterbatasan, seperti membutuhkan waktu dan sumber daya

⁷⁴Muhammad Sabir dkk, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Teori dan Praktik* (Karawang: Saba Jaya Publisher, Januari 2024), hlm. 169.

⁷⁵Sapto Haryoko dkk, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)* (Gunung Sari: UNM, 2020), hlm. 164.

yang cukup besar, serta potensi subjektivitas yang bergantung pada kemampuan peneliti dalam melakukan wawancara.⁷⁶

3) Angket (*kuesioner*)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini efektif digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat disampaikan secara langsung, dikirim melalui pos, atau melalui media daring, serta dapat berbentuk pertanyaan/pernyataan tertutup, terbuka, maupun semi terbuka.⁷⁷

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan skala likert, dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel III. 1
Pengukuran Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menggunakan skala Likert dengan 5 kategori jawaban responden diminta menjawab sejumlah pertanyaan dengan jujur.

⁷⁶ Zainuddin, *Metodologi Penelitian*, (Bojongsari: Eureka Media Aksara, November 2023) hlm. 293.

⁷⁷ Saat dan Mania, *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Gowa: Pusaka Almaila, Oktober 2020), hlm. 90-91.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1.	Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian harapan	1,2
		2. Minat berkunjung Kembali	3,4
		3. Kesiediaan merekomendasikan	5,6
2.	Harga (X1)	1. Keterjangkauan Harga.	1,2
		2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.	3,4
		3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	5,6
		4. Harga sesuai Daya saing	7,8
3	Kualitas Pelayanan (X2)	1. Keandalan (<i>reliability</i>)	1,2
		2. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	3,4
		3. Jaminan (<i>assurance</i>)	5,6
		4. Empati (<i>empathy</i>)	7,8

4) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data untuk data yang sudah siap, sudah berlalu atau data sekunder. Peneliti tinggal mengambil atau menyalin data yang sudah ada yang berhubungan dengan variabel penelitian. Pengambilan data secara dokumentasi bisa untuk data dalam bentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan kebijakan. Dalam bentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.⁷⁸

⁷⁸Sulaiman dan Sitti, *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Cet, 2. (Edisi Revisi), Gowa: Pusaka Almaida, Oktober 2020), hlm. 97.

Teknik dokumentasi sendiri merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis, seperti buku, laporan, notulen rapat, catatan harian, dan dokumen lainnya yang memuat informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.⁷⁹

5. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengujian instrumen penelitian untuk menilai sejauh mana suatu butir pertanyaan mampu secara tepat mengukur objek yang dimaksud. Sebuah item dikatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total.⁸⁰

Kegunaan validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya yaitu agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tidak valid.⁸¹

b. Uji Reliabilitas

Metode one shot dianalisis dan hasilnya diukur dengan menggunakan Cronbach's Alpha, jika nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,6 atau lebih maka instrumen penelitian

⁷⁹Rifai Abu Bakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021). Hlm.114.

⁸⁰Molli Wahyuni, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan Spss Versi 25* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, Oktober 2020), hlm. 103.

⁸¹Sri Wahyuning, *Dasar-Dasar Statistik* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, April 2021), hlm. 93-96.

dikatakan reliabel atau dengan cara membandingkan nilai (r_{hitung}) dan (r_{tabel}), jika nilai ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$), maka item pada kuesioner dinyatakan reliabel artinya data yang diperoleh dapat dipercaya, akurasi dan konsistensi.⁸²

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun data secara teratur dengan mengelompokkannya ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar. mendefinisikan analisis data sebagai upaya sistematis untuk mengidentifikasi tema serta merumuskan hipotesis (gagasan) yang muncul, sekaligus memberikan dukungan dan arah bagi hipotesis tersebut. Jika dibandingkan, definisi pertama lebih berfokus pada pengorganisasian data.⁸³

a. Uji Asumsi Dasar

1) Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan

⁸² Dahlan Tholib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spritual* (Cetakan Pertama, Nusantara, 2019), hlm. 36.

⁸³ Dewi Kurniasih dkk, *Teknik Analisis* (Bandung: Alfabeta, 2021) hlm. 6.

keputusan adalah. Uji penelitian ini dapat dilakukan dalam analisis normalitas data kolmogorof-smirnov.⁸⁴

a) Jika signifikansi $> 0,1$ maka data tidak normal

b) Jika signifikansi $< 0,1$ maka data normal

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikoleniaritas

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat atau ada korelasi antara sesama variabel bebas (indevenden), sebab jika variabel bebas saling berkolerasi (berhubungan) dinyatakan tidak baik. Sebaliknya jika terbebas dari multikolinearitas maka model regresi linier dinyatakan baik. Adapun syarat asumsi klasik (kaedah pengujiannya) adalah jika nilai Tolernce lebih besar 0,01 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka disimpulkan bahwa data variabel bebas (independen) tidak terjadi multikolieneartitas, demikian pula sebaliknya. (lihat nilai Tolerance dan nilai VIF pada tabel coefficients hasil olahan SPSS).⁸⁵

2) Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak

⁸⁴ Nuryadi dkk, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), hlm.80.

⁸⁵ Dahlan Tholib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spritual* (Cet 1, Nusantara, 2019), hlm. 39.

terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.⁸⁶
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independent terhadap satu variabel terikat atau variabel dependent atau variabel.

Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Pelanggan
α	= Konstanta
β_1, β_2	= koefisien
X1	= Harga
X2	= Kualitas Pelayanan
e	= error

Sehingga Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1 H + b_2 KL + e$$

Keterangan:

KP	= Kepuasan Pelanggan
H	= Harga
KL	= Kualitas Pelayanan ⁸⁷

⁸⁶Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Degan Eviews Dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), hlm. 102.

4) koefisien determinan R^2

R-square (R^2) disebut juga sebagai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independen. Item ini merupakan indikator seberapa besar variabel-variabel independen (bebas) mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (tak bebas

Maka nilai R-square akan semakin besar sehingga untuk mendapatkan nilai sebenarnya, maka dibuatlah suatu faktor koreksi yakni *Adjusted R-Square*. Adanya faktor koreksi akan meminimalisir kelayakan pengaruh penambahan variabel sehingga dapat dilihat angka murninya. Salah satu cara untuk melihat kelayakan model regresi linear berganda melalui nilai koefisien determinasi.⁸⁸

5) Uji Hipotesis

1) Uji- t

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian koefisien regresi secara individual (parsial) dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap (konstan).

⁸⁷ Aminatus Zahriyah dkk, *Ekonomimetrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Cetakan pertama, Jember: Mandala Press, Februari 2021), hlm. 62.

⁸⁸ Mintarti dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Cet. 1, Pucangmiliran: Lakeisha, Januari 2024), hlm. 45.

a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak)

b) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima).⁸⁹

2) Uji - F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini menilai signifikansi model regresi secara keseluruhan. Pembuktian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 10% ($\alpha = 0,1$) serta derajat kebebasan (degree of freedom) $df = (n - k - 1)$.

a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak)

b) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima).⁹⁰

⁸⁹ Resista Vikaliana dkk, *Ragam Penelitian Dengan Spss* (Cetakan Pertama, Tahta Media Grup, Juli 2022), hlm. 41

⁹⁰ Resista Vikaliana dkk, *Ragam Penelitian Dengan Spss* (Cetakan Pertama, Tahta Media Grup, Juli 2022), hlm. 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara

1. Sejarah Singkat Cafe Pondok Hijau

Cafe Pondok Hijau berdiri sebagai usaha kuliner yang menawarkan konsep suasana alami dan nyaman bagi para pengunjung di wilayah Padang Lawas Utara. Pada masa awal beroperasi, cafe ini hanya menyediakan beberapa pilihan menu sederhana. Namun, seiring meningkatnya antusiasme dan jumlah pengunjung, usaha ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pemilik kemudian melakukan berbagai upaya peningkatan, mulai dari menambah variasi menu, memperbaiki kualitas layanan, hingga mempercantik suasana cafe agar lebih menarik dan memberikan kenyamanan yang optimal bagi pelanggan.

Cafe Pondok Hijau merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penyediaan jasa pelayanan pangan khususnya spesifik masakan. Cafe Pondok Hijau didirikan oleh Bapak Muallim Siregar dan mulai beroperasi pada tahun 2021. Dalam menjalankan operasionalnya, cafe ini didukung oleh sebanyak 15 karyawan, 3 laki-laki dan 12 perempuan yang bertugas untuk memastikan pelayanan dan kegiatan usaha berjalan dengan baik.

Lokasi cafe Pondok Hijau berada di Desa Aek Haruaya Padang Lawas Utara, salah satu daya tarik dari cafe ini adalah makanan Seafood Berserak dan Bakso berserak.

2. Visi dan Misi Cafe Pondok Hijau

Visi dan misi perusahaan berfungsi sebagai pedoman bagi setiap unit bisnis serta seluruh anggota organisasi dalam menyusun strategi dan melakukan tindakan. Berbagai faktor, baik dari lingkungan eksternal maupun internal, serta harapan perusahaan di masa mendatang menjadi pertimbangan penting sebelum merumuskan visi dan misi. Berdasarkan hal tersebut, visi dan misi Cafe Pondok Hijau dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi kafe pilihan utama yang menghadirkan pengalaman bersantai dengan kualitas terbaik.

b. Misi

1. Menghadirkan cita rasa terbaik melalui menu yang inovatif dan terjaga kualitasnya.
2. Memberikan pelayanan profesional, ramah, dan cepat.
3. Menciptakan lingkungan kafe yang nyaman, bersih, dan estetik.

**Gambar
Logo Cafe Pondok Hijau**

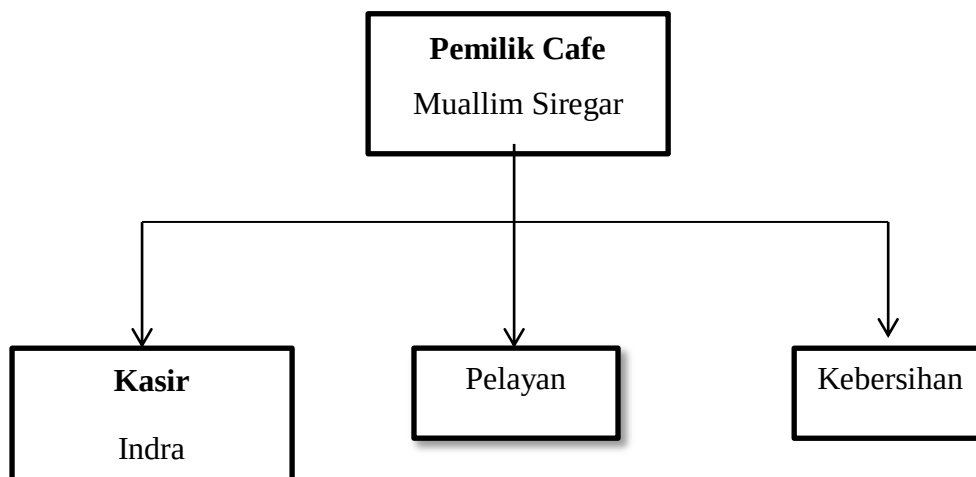


3. Struktur Organisasi

Organisasi adalah sistem kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi merupakan susunan yang menunjukkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab di dalam

suatu organisasi. Struktur ini berfungsi untuk mengatur hubungan kerja antar bagian agar setiap kegiatan dapat berjalan secara terkoordinasi dan efisien.

Berikut bagian struktur organisasi cafe pondok hijau :



B. Deskripsi Data Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara sebanyak 97 responden. Penelitian pertimbangan dianggap mampu untuk menjawab kuesioner secara objektif. Pengambilan data primer untuk 97 responden pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner/angket yang disebar pada pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Adapun karakteristik responden pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	30	31%
Perempuan	67	69%
Total	97	100%

2. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	25	26%
Petani	14	34%
Pedagang	15	24%
Siswa\Mahasiswa	43	16%
Total	97	100%

C. Hasil Analisis Data**1. Hasil Uji Instrumen**

Uji Instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan realibilitas. Berikut pengujian validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

1). Uji Validitas Harga

Tabel IV.3 Uji Validitas Harga (X₁)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,760	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=97-2=95$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1680	Valid
X1.2	0,706		Valid
X1.3	0,766		Valid
X1.4	0,781		Valid
X1.5	0,755		Valid
X1.6	0,834		Valid
X1.7	0,790		Valid
X1.8	0,733		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel harga pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga dari pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ maka diperoleh $r_{tabel} = 0,1680$. Sehingga delapan item angket harga dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel IV.4 Kualitas Pelayanan (X₂)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,766	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=97- 2=95 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1680	Valid
X2.2	0,369		Valid
X2.3	0,764		Valid
X2.4	0,740		Valid
X2.5	0,712		Valid
X2.6	0,789		Valid
X2.7	0,792		Valid
X2.8	0,690		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel harga pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualiatas pelayanan dari pertanyaan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Karena memiliki r_{hitung} > r_{tabel} dengan n = 95 maka diperoleh r_{tabel} = 0,1680. Sehingga delapan item angket harga dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Tabel IV.5 Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y.1	0,748	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=97- 2=95 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1680	Valid
Y.2	0,790		Valid
Y.3	0,790		Valid
Y.4	0,783		Valid
Y.5	0,781		Valid
Y.6	0,470		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan dari pertanyaan 1 sampai dengan 6 adalah

valid. Nilai rhitung > rtabel dengan $n = 95$ maka diperoleh rtabel = 0,1680. Sehingga delapan item angket Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel IV.6 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,897	Reliabel
X2	0,884	Reliabel
Y	0,804	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai cronbach alpha untuk variabel harga adalah $0,897 > 0,60$. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai cronbach alpha sebesar $0,884 > 0,60$. Nilai cronbach alpha untuk variabel kepuasan pelanggan adalah $0,804 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

**Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96225744
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.037
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.159 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi (asyp. Sig.2- tailed) pada tabel One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test adalah sebesar 0,159 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,159 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinearitas

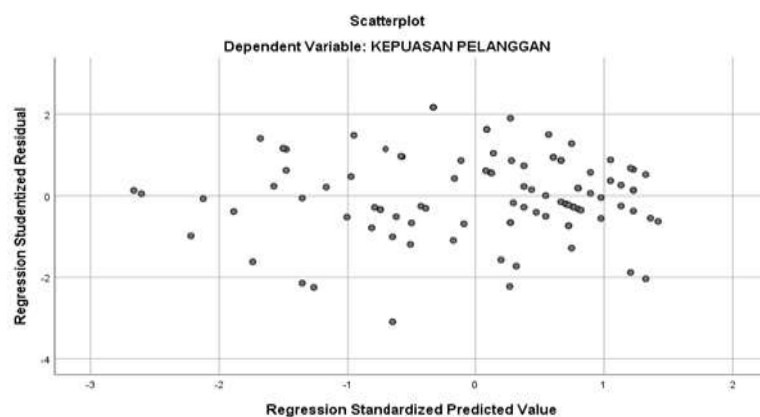
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.919	1.088
	X2	.919	1.088
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdarkan tabel di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel harga $1,088 < 10$ dan untuk variabel kualitas pelayanan $1,088 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Nilai tolerance untuk variabel harga adalah $0,919 > 0,1$ dan untuk variabel kualitas pelayanan $0,919 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai tolerance dari kedua variabel adalah lebih besar 0.1 ($tolerance > 0,1$), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Gambar IV.9 Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa diagram pancar tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel IV.10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.666	1.755		2.089	.039
HARGA	.247	.042	.386	5.899	.000
KUALITAS PELAYANAN	.399	.044	.593	9.076	.000

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

i

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan tabel IV.12 dapat maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 3,666 + 0,247H + 0,399KP + 1,755e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 3,666 menyatakan bahwa jika harga dan kualitas pelayanan diasumsikan 0 maka kepuasan pelanggan di cafe Pondok Hijau sebesar 3,666.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,247 artinya apabila nilai harga meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau meningkat sebesar dengan asumsi 0,247 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau.
3. Nilai koefisien regresi variabel bernilai positif sebesar 0,399 artinya apabila tingkat nilai meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau adalah meningkat dengan nilai 0,399 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.623	1.983	1.851

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis koefisien determinasi (Uji-R²) diatas diperoleh Adjusted R Square sebesar 0,794 atau sama dengan 79,4%. Variabel faktor harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan pelanggan Cafe pondok hijau di Padang Lawas Utara sebesar 79,4% sedangkan sisanya 20,7% dijelaskan oleh variabel lainnya.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.666	1.755		2.089	.039
HARGA	.247	.042	.386	5.899	.000
KUALITAS PELAYANAN	.399	.044	.593	9.076	.000

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel diatas dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel harga adalah 5,899 dan untuk t_{tabel} diperoleh dengan rumus $df=n-k-f$ atau $97-2-1=94$, hasil t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,661. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,076 > 1,661$, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak sehingga dapat

disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

b. Simultan (Uji F)

Tabel VI.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	631.862	2	315.931	80.341	.000 ^b
Residual	369.644	94	3.932		
Total	1001.505	96			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} 80,341. Sedangkan F_{tabel} diperoleh dengan rumus $df_1=k-1$ ($3-1$) = 2 dan $df_2=n-k$ ($97-3$) = 94 dengan taraf signifikansi 0,1. Nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,36. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $80,341 > 2,36$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada café pondok hijau di Padang Lawas Utara.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padanag Lawas Utara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kespuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh dari harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara

Harga memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran, baik bagi penjual maupun pembeli. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,051 > 1,661$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak dengan signifikan $0,000 < 0,1$. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hasil penelitian ini Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, serta daya saing harga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan harapan dan

kemampuan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh melsa (2020)⁹¹, Oka (2023)⁹², fahri (2023)⁹³. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan ada juga penelitian ini tidak sejalan yang dilakukan oleh Abilla (2024)⁹⁴. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan penting untuk menarik minat pelanggan, dan juga akan mempengaruhi penjualan produk.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

⁹¹ Melsa, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, skripsi (UIN Syahada Padangsidimpuan, 2023), hlm. 64.

⁹² Oka Ostarawan, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", *PARIS (Jurnal Pariwisata dan Bisnis)*, Vol 02 No 8, 2023, hlm. 1712-1728.

⁹³ Fahri, "Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customerexperience Terhadap Kepuasan Planggan Pada Cafe Pashca Pematangsiantar". *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 No. 2, 2023, hlm. 880.

⁹⁴ Abilla, Pengaruh Harga, Suasana Kafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Gunungpring Muntilan Magelang, skripsi, 2024, hlm. 78.

Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,076 > 1,661$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak dengan signifikan $0,000 < 0,1$. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hasil penelitian ini Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan seperti kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terbukti memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan konsisten akan memberikan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa puas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul dan Dhea (2023)⁹⁵, James (2021)⁹⁶, Adila (2022)⁹⁷. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara

Secara simultan dinyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat

⁹⁵ Nurul dan Dhea, "Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Cuci Mulut Depok)", *dalam jurnal wahana ilmiah pendidikan*, Mei 2023, 9(10), hlm. 527.

⁹⁶ James Sambara, Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen, *dalam Jurnal Emba*, Vol.9. No.4 oktober 2021, hlm.133.

⁹⁷ Adila, "pengaruh kualitas produk citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan", *dalam jurnal mirai manajemen* Vol.7.No7, 2022, hlm. 12.

bahwa nilai F_{hitung} sebesar 80,341 dan nilai F_{tabel} , dfn-k (97-3=94) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $80,341 > 2,36$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hal ini hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu harga dan kualitas pelayanan, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau. Hal ini tercermin dari penilaian pelanggan terhadap kecocokan harga, mutu produk, serta kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $80,341 > 2,36$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Alvianna (2020)⁹⁸, Saifullah (2023)⁹⁹. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh dapat sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, memperoleh hasil yang benar-benar sempurna sulit dilakukan. Hal ini karena selama pelaksanaan penelitian terdapat beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran kuesioner/angket pada penelitian ini, peneliti tidak dapat memastikan bahwa seluruh responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat validitas data yang diperoleh.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan dan harga. Sementara itu, masih terdapat banyak variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti promosi, minat, iklan, dan variabel pemasaran lainnya, namun belum dianalisis dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 20,7%,.

⁹⁸ Alvianna” harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan panderman coffee shop dimasa pandemi covid-19, *dalam jurnal management riview*, volume 10, nomor 2. hlm. 387.

⁹⁹ Yahya Saipuloh, “pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan “, *dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol.2, No.2, 2023,hlm.8.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha dan bersabar dalam menjalankan setiap tahapan penelitian agar hasil yang diperoleh dapat semaksimal mungkin. Dengan kerja keras, ketekunan, serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih sempurna dan mampu mengembangkan kajian ini secara lebih luas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Pondok hijau di Padang Lawas Utara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t yang dilakukan pada penelitian ini, menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
2. Berdasarkan uji t yang dilakukan pada penelitian ini, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.
3. Berdasarkan pada hasil pengujian uji statistik F (uji f) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Secara parsial, dari setiap masing-masing variabel terbukti memberikan dukungan yang nyata terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting

yang menciptakan kenyamanan serta mampu menarik pelanggan berkunjung ke Pondok Hijau.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari setiap variabel sangat berperan penting untuk kemajuan Cafe Pondok Hijau. Kedua variabel ini sudah terbukti sangat berpengaruh untuk kepuasan pelanggan pada cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Cafe Pondok Hijau

Dalam upaya menetapkan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai guna meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu mempertahankan serta membangun kepercayaan pelanggan. Hal ini penting untuk mendukung keberhasilan strategi penjualan di Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara.

2. Bagi Peneliti Sendiri

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu membuat peneliti lebih luas lagi pengetahuannya dan ke depannya lebih baik lagi di dalam melakukan penelitian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih baik dan bisa menambah variabel lain seperti variasi produk, promosi, dan lokasi untuk mendukung penelitian lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, (2022), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* , Pidie : Yayasan Muhammad Zaini
- Abram, Tumbel, & Mangindaan, (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung, *dalam jurnal ilmu dan politik* ,volume 4, nomor 1,
- Adhari, Z. (2022), *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* , Pasuruan : Qiara Media
- Amri, M. (2019), Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan, *dalam Jurnal Warta Edisi* : 59 Januari
- Anugrah, K. & Sudarmayasa, W. (2023), *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi* (Gorontalo : Ideas Publishing
- Arianto, Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae, *dalam jurnal ilmu dan riset manajemen*, Volume 9,Nomor 6.
- Ayunani, A. (2023), Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualits Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 21, No. 3
- Bakar,R.A.(2021), *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga
- Butarbutar, M. (2021), Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffe Pematangsiantar, *Jurnal ManajemenProgram Studi Manajemen* , Volume 7, Nomor 2
- Dermawan, M. (2024), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopitiam Laoban Surabaya, *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, Volume 1 No 3,
- Dewi, S. (2022), *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, (Surabaya : Global Aksara Press
- Elliyana, E. (2022), *Dasar- Dasar Pemasaran*, Malang : Ahli Media Press
- Fakhrudin, (2022), *Bauran Pemasaran*, Yogyakarta : Deepublish
- Fawzy, (2023), Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Stasiun Cafe Bulung Jember, "dalam jurnal Mahasiswa Entrepreneur, Volume 2, Nomor 1,
- Firmansyah & Haryanto, (2019), *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* Pamekasan : Duta Media

- Gofur, A. (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, *dalam jurnal riset manajemen dan bisnis*, Volume 4, Nomor 1
- Hasan, S. (2020)M, *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan Upaya Membangun BUMD*, Banten : Media Medani
- Hermanto, (2019), Buku Penelitian , Surabaya : jakad publishing
- Ichsana , Nurdin, & umam , (2022), *Ayat-Ayat Administrasi Publik Dalam Al-Qur'an* , Edisi 1, Bandung : Administrasi
- Imansari, N. & Kholifah,U. (2013), *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan* Madiun : Unipma Press
- Indrasari A. (2019), *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* , Suarabaya:Unitomo
- Indrasari, M. (2019), *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* , Surabaya:Unitomo
- Kumrotin, E. L. & Susanti, A. (2021), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We. Cok Di Solo, *dalam jurnal manajemen indonesia*, Volume 16, Nomor 1
- Kurniasih, D. (2021), *Teknik Analisis* ,Bandung : Alfabeta
- Kurniawan & valencia, (2021), Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Minat Berperilaku dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Café di Kota Batam, *dalam jurnal Conference on Business, Social Sciences and Technology*, Volume 1, Nomor 1
- Lesmana, N. (2024), *Manajemen Pemasaran* Depok : Srtategi Cita Semesta
- Manglo, S. (2021), *Potensi Konsumen Dalam Berbelanja* , Gowa : Pusaka Almaida
- Mariansyah, A. & Syarif, A. (2020), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu, Ekomabis : *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Volume. 1.No.01
- Meyliana, D. & Santosa, S. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan ,Study Kasus pada Haye Coffee, dalam jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Mintarti & Mutmainah, (2024), *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* , Cet. 1, Pucangmiliran : Lakeisha
- Ningrum, P. (2021), *Nilai Perusahaan Konsep dan Aplikasi*, Inramayu : Adanu Abimata
- Nirmala, D. (2024), Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Surah Al-Baqarah,” *dalam jurnal Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Volume. 2 No. 3

- Nurdin, I. (2019), *Kualitas Pelayanan Publik*, Surabaya : Media Sahabat Cendekia
- Nuryadi, (2017), *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Yogyakarta : Sibuku Media
- Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, dalam jurnal muzahir, volume lv, nomor. 1
- Pebriantika, (2022), Pengaruh harga, citra rasa, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mie gacoan di karawang, dalam jurnal mirai management, Volume 7. Nomor 3
- Pahmi, (2024), *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*, Makassar : Nas Media Indonesia
- Pasaribu, B. (2022), *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Tangerang : Media Edukasi Pustaka
- Pasaribu, B. (2022), *Metodologi Penelitian*, Tangerang : Media Edu Pustaka
- Pratiwi, A. (2021), Mekanisme Penetapan Harga Price Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan Profit Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam, dalam jurnal ekonomi dan bisnis, Volume 1, Nomor 1
- Purba, M. (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumendengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, Volume 7, Nomor 2
- Purnama, (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima, dalam jurnal ilmiah manajemen dan bisnis, Volume 4, Nomor 2
- Quraish Shihab, *Tafsir AL-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Departemen Agama
- Reken, F, Erdawati, & Rahayu (2024), *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*, Pauh Padang : Gita Lentera
- Resista Vikaliana, R. (2022), *Ragam Penelitian Dengan Spss*, Cet. 1, Tahta Media Grup
- Rifai, K. (2023), *Buku Kepuasan Konsumen*, Mangli Jember : UIN Khas Press
- Rina & apriani, (2019), Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung, dalam jurnal *Journal of Management Studies*, Vol. 6 | No. 2
- Rohmawati, I. (2022), Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Di Cafe Alas Pacetmojokerjo,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, Vol.1, No.11
- Saat & Mania, (2020), *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Gowa : Pusaka Almaida

- Sabir, M. (2024), *Buku Ajar Metodologi Penelitian Teori dan Praktik*, Karawang : Saba Jaya Publisher
- Sambara & Samadi, (2021), *Analisis Of The Effect Of Produk Quality , Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Cave 3.Am Koffe Spot Manado. dalam jurnal EMBA*, Volume 9, Nomor 4,
- Sanurdi, (2021), *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen*, Mataram : SanabilHaryoko, S. (2020), *Analisis Data Penelitian Kualitatif Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis*, Gunung Sari : UNM
- Shella, (2022), pengaruh kepuasan konsumen, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk lucina, *dalam jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, Volume1, Nomor 3
- Siregar, A.Y. (2025), Pelanggan pada cafe pondok hijau dipadang lawas utara, *wawancara*, Gunung Tua, pada tanggal 10 Pukul 15.20 WIB
- Siregar, S. M. (2025), Pelanggan pada cafe pondok hijau dipadang lawas utara, *wawancara*, Gunung Tua, pada tanggal 10, Pukul 14.45 WIB
- Soesana, A. (2023), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cet 1, Yayasan Kita Menulis
- Soesana, Subakti, & Karwant, (2023), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cet 1, Yayasan Kita Menulis
- Sudiyono, (2018), *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, Malang
- Suhartini, E. (2019), *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen*, Makassar : Alauddin University Press,
- Sulaiman & Sitti, (2020), *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* Cet. 2. Edisi Revisi , Gowa : Pusaka Almaida
- Sumarsid & Budi, (2022), Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi, *Jurnal Ilmiah M-progress* Volume, 12, NO. 1
- Sundari & Hanapi, (2024), *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru : UIR Press
- Suparman, M. (2019), *Pelayanan Publik Kontemporer*, Cet 1, Bandung : Admidrasi Publik
- Syahza, A, (2021), *Metodologi Penelitian*, Edisi Revisi, Pekanbaru : Unri Press
- Tholib, D. (2019), *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spritual*, Cetakan 1, Nusantara
- Tholib,D. (2019), *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spritual*, Cet 1, Nusantara

- Untari, T. (2018), *Metodologi Penelitian Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis* , Cet 1, Banyumas : Pena Persada
- Vikaliana, R. (2022), *Ragam Penelitian Dengan Spss* , Cet. 1, Tahta Media Grup
- Wahyuni, M. (2020), *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan Spss Versi 25*, Yogyakarta : Bintang Pustaka Madani
- Wahyuning, S. (2021), *Dasar-Dasar Statistik*, Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik
- Yogi, M.T. (2019), Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *dalam jurnal manajemen*, Volume 5, Nomor 1
- Zahriyah, A. (2021), *Ekonomimetrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* , Cetakan pertama, Jember : Mandala Press
- Zainuddin & Aditya, (2023), *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Purbalingga : Media Aksara
- Zainuddin, (2023), *Metodologi Penelitian*, (Bojongsari: Eureka Media Aksara
- Zusrony, E. (2022), *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Semarang : Prima Agus Tehknik

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arti Damisa, M..E.I

Nip 198912202023212039

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau Di Padang Lawas Utara”**

Yang disusun oleh:

Nama : Eli Saputri Harahap

Nim 2140200141

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, 2025

Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP: 198912202023212039

LEMBAR VALIDASI
KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Saudara/Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (☐) pada kolom V (Valid), VR (Valid Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/Saudari dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami lampirkan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kesesuaian Harapan	1,2			
Minat Berkunjung	3,4			
Kesediaan Merekomendasikan	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidimpuan, 2025

Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP: 198912202023212039

LEMBAR VALIDASI

HARGA

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Saudara/Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (☐) pada kolom V (Valid), VR (Valid Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/Saudari dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami lampirkan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keterjangkauan Harga	1,2			
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	3,4			
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	5,6			
Harga Sesuai Daya Saing	7,8			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidimpuan,

2025

Validator

Arti Damisa, M.E.I

NIP: 198912202023212039

LEMBAR VALIDASI
KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Saudara/Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (☐) pada kolom V (Valid), VR (Valid Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/Saudari dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami lampirkan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kehandalan (<i>reliability</i>)	1,2			
Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	3,4			
Jaminan (<i>assurance</i>)	5,6			
Empati (<i>empathy</i>)	7,8			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidimpuan, 2025

Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP: 198912202023212039

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE PONDOK HIJAU
DI PADANG LAWAS UTARA

I. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pernyataan-pernyataan berikut ini dengan mengisi identitas diri.

Nama:

Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pekerjaan:

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda Chek List (☐) atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. DAFTAR PERNYATAAN

A. Pernyataan Kepuasan Pelanggan (Y)

	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
1.	Saya merasa Makanan dan minuman yang disediakan di pondok hijau ini sesuai dengan selera.					
2.	Saya merasa kualitas produk sesuai dengan yang ditawarkan di media sosial (<i>FB, tiktok dan instagram</i>).					
3.	Saya merasa puas berkunjung karena suasana yang nyaman meskipun banyak tempat yang hampir sama.					
4.	Saya tertarik untuk mencoba menu lain makanan dan minuman sehingga saya akan berkunjung kembali.					
5.	Saya akan merekomendasikan ke teman, saudaradan orang lain untuk berkunjung ke pondok hijau.					
6.	Saya akan membagikan pengalaman saya berkunjung dipondok hijau agar orang lain tertarik berkunjung.					

B. Pernyataan Harga (X₁)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
1.	Menurut saya harga menu makanan dan minuman yang ditetapkan pada cafe pondok hijau terjangkau.					
2.	Menurut saya cafe pondok hijau banyak menawarkan diskon yang membuat harga produk lebih terjangkau bagi pelanggan.					
3.	Menurut saya produk di cafe pondok hijau memiliki kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan.					
4.	Menurut saya harga produk di cafe pondok hijau layak dan sebanding dengan kualitas serta variasi produk yang tersedia.					
5.	Menurut saya harga yang ditetapkan di cafe pondok hijau sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.					
6.	Menurut saya harga di cafe pondok hijau mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan karena sangat terjangkau.					
7.	Menurut saya harga menu makanan dan minuman di cafe ini lebih konsisten dan stabil dengan perubahan harga yang sering terjadi di cafe pesaing.					
8.	Saya sering melakukan perbandingan harga sebelum melakukan pembelian kembali.					

C. Pernyataan Kualitas Pelayanan (X₂)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
1.	Saya merasa bahwa Karyawan di cafe pondok hijau mampu menyelesaikan pelayanan dengan cepat dan tepat.					
2.	Saya merasa bahwa karyawan selalu memberikan pelayanan yang dapat diandalkan.					
3.	Saya merasa bahwa karyawan di cafe pondokhijau responsif terhadap kebutuhan pelanggan,					
4.	Saya lebih cenderung memilih di cafe pondok hijau karena tingkat ketanggapan pelayanan yang mereka tawarkan.					
5.	Saya merasa yakin bahwa pelayanan di cafe pondok hijau memberikan jaminan kualitas yang terbaik.					
6.	Saya merasa karyawan di sini memberikan rasa aman dan nyaman,					
7.	Saya merasa karyawan di sini memiliki perhatian yang baik terhadap pelanggan.					
8.	Saya merasa karyawan disini sangat bersedia membantu dan memahami kebutuhan pelangggan.					

Responden

()

LAMPIRAN 1. HASIL UJI INSTRUMEN ANGKET

Jawaban Pernyataan Responden Variabel Harga (X₁)

[illegible]

69.	5	3	5	4	5	5	5	5	37
70.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71.	4	5	4	4	3	5	3	5	33
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74.	5	4	5	4	5	4	5	4	36
75.	5	5	5	5	4	4	4	4	36
76.	4	3	4	2	3	3	2	3	24
77.	4	3	3	4	3	4	2	5	28
78.	5	5	5	5	4	5	4	5	38
79.	5	5	5	5	4	5	4	4	37
80.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82.	3	2	3	3	4	3	3	3	24
83.	5	5	4	4	4	5	4	5	36
84.	2	5	5	5	4	5	4	4	34
85.	3	3	3	4	2	3	2	4	24
86.	5	5	3	4	4	5	4	5	35
87.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88.	5	4	4	4	5	4	4	4	34
89.	4	5	4	5	5	5	5	5	38
90.	5	5	4	5	3	4	5	5	36
91.	4	5	4	5	4	5	4	4	35
92.	5	5	5	4	5	5	5	5	39
93.	3	3	3	4	4	4	4	3	28
94.	4	4	3	5	4	4	4	3	31
95.	3	5	3	4	3	4	2	3	27
96.	5	4	5	4	5	4	5	4	36
97.	4	5	4	5	4	5	4	5	36

**Jawaban Pernyataan Responden Kualitas Pelayanan
(X₂)**

Jumlah Responde n	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	Total
1.	5	4	5	4	5	4	5	4	36
2.	4	5	4	5	4	5	4	5	36
3.	5	5	5	4	4	5	4	5	37

41.	5	4	4	4	4	4	2	3	30
42.	3	5	4	4	4	4	2	4	30
43.	4	4	4	4	4	5	3	4	32
44.	5	5	4	4	5	5	4	5	37
45.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46.	5	5	5	5	4	5	4	4	37
47.	5	5	4	5	4	5	4	4	36
48.	3	2	3	3	3	5	3	3	25
49.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50.	4	3	3	3	4	4	4	4	29
51.	5	5	5	5	5	5	3	3	36
52.	4	5	3	4	4	4	3	4	31
53.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54.	4	5	3	4	3	4	3	4	30
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56.	4	4	5	5	4	5	5	5	37
57.	3	2	3	4	4	2	3	4	25
58.	5	5	4	5	4	4	5	5	37
59.	4	4	3	3	4	4	3	5	30
60.	4	4	5	4	4	5	4	5	35
61.	3	3	3	4	3	3	3	3	25
62.	5	5	5	5	5	5	4	3	37
63.	5	5	3	3	4	5	4	5	34
64.	5	5	5	4	5	5	4	5	38
65.	5	5	5	4	5	5	5	5	39
66.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67.	3	5	4	4	3	4	3	4	30
68.	5	5	5	5	5	5	3	5	38
69.	5	4	5	5	4	5	4	5	37
70.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71.	4	5	4	5	4	5	5	5	37
72.	5	5	4	5	4	5	5	4	37
73.	4	5	5	5	2	4	2	5	32
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75.	5	5	4	5	5	5	4	4	37
76.	5	5	5	5	3	5	4	4	36
77.	5	4	3	4	2	4	3	3	28

78.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79.	4	5	3	4	4	4	3	3	30
80.	5	5	5	5	5	5	4	3	37
81.	5	5	4	4	5	5	4	4	36
82.	3	3	3	2	3	4	3	2	23
83.	5	4	4	5	5	5	4	5	37
84.	4	5	4	5	5	5	4	4	36
85.	5	4	5	3	3	4	4	4	32
86.	5	5	4	5	4	5	5	5	38
87.	5	5	5	5	4	3	5	4	36
88.	5	4	4	5	5	4	5	5	37
89.	5	5	3	5	4	4	2	4	32
90.	5	5	4	5	5	5	5	5	39
91.	5	4	5	4	5	5	5	5	38
92.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93.	3	2	4	3	2	3	3	4	24
94.	4	5	3	4	4	4	3	4	31
95.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96.	3	5	2	4	5	4	3	3	29
97.	5	4	5	5	4	5	5	5	38

Jawaban Pernyataan Responden Kepuasan Pelanggan (Y)

Jumlah Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1.	5	5	4	4	5	5	28
2.	5	4	5	5	5	4	28
3.	5	5	4	5	5	5	29
4.	5	4	4	5	4	3	25
5.	5	5	5	4	5	3	27
6.	4	4	4	4	4	5	25
7.	5	5	4	4	5	5	28
8.	5	5	5	5	5	5	30
9.	5	5	5	5	5	5	30
10.	5	4	5	5	5	5	29
11.	5	5	5	5	4	5	29
12.	4	4	3	3	3	5	22
13.	5	4	3	4	4	4	24

14.	5	5	5	5	5	5	30
15.	5	5	5	4	5	5	29
16.	5	4	5	5	5	5	29
17.	5	5	5	4	5	3	27
18.	4	3	3	2	4	3	19
19.	5	5	5	4	5	5	29
20.	5	3	3	3	5	4	23
21.	3	3	3	3	3	3	18
22.	5	4	5	4	5	3	26
23.	3	3	3	3	3	3	18
24.	5	4	5	4	5	3	26
25.	4	5	5	5	5	3	27
26.	5	4	5	5	5	3	27
27.	5	4	5	5	5	3	27
28.	5	5	5	5	5	3	28
29.	4	3	4	3	3	3	20
30.	4	4	4	4	4	3	23
31.	4	4	3	4	4	3	22
32.	5	5	4	4	5	3	26
33.	5	4	5	5	5	3	27
34.	5	4	4	3	4	3	23
35.	5	4	5	4	5	3	26
36.	4	3	4	4	5	3	23
37.	5	3	3	4	5	3	23
38.	5	5	4	3	4	3	24
39.	5	5	4	3	4	3	24
40.	3	3	3	3	3	3	18
41.	4	3	4	3	5	3	22
42.	5	4	4	4	4	3	24
43.	5	4	4	4	4	3	24
44.	4	5	5	4	5	4	27
45.	4	4	4	4	4	3	23
46.	5	5	5	5	5	5	30
47.	5	5	5	5	4	3	27
48.	4	3	3	3	4	5	22
49.	5	5	5	5	5	3	28
50.	4	3	4	5	5	3	24

51.	5	5	5	5	5	3	28
52.	5	4	4	4	5	5	27
53.	4	4	4	4	4	5	25
54.	5	3	5	3	4	3	23
55.	5	5	5	5	5	4	29
56.	5	5	4	5	5	3	27
57.	4	4	4	3	4	5	24
58.	5	5	5	5	5	3	28
59.	3	4	4	4	4	4	23
60.	4	5	5	5	4	3	26
61.	4	3	4	3	4	4	22
62.	4	5	5	3	5	4	26
63.	5	4	5	5	4	3	26
64.	4	4	5	5	5	3	26
65.	5	5	4	4	5	5	28
66.	5	4	5	5	5	4	28
67.	5	5	4	5	5	5	29
68.	5	4	4	5	4	3	25
69.	5	5	5	4	5	3	27
70.	4	4	4	4	4	5	25
71.	5	5	4	4	5	5	28
72.	5	5	5	5	5	5	30
73.	5	5	5	5	5	5	30
74.	5	4	5	5	5	5	29
75.	5	5	5	5	4	5	29
76.	4	4	3	3	3	5	22
77.	5	4	3	4	4	4	24
78.	5	5	5	5	5	5	30
79.	5	5	5	4	5	5	29
80.	5	4	5	5	5	5	29
81.	5	5	5	4	5	3	27
82.	4	3	3	2	4	3	19
83.	5	5	5	4	5	5	29
84.	5	3	3	3	5	4	23
85.	3	3	3	3	3	3	18
86.	5	4	5	4	5	3	26
87.	3	3	3	3	3	3	18

88.	5	4	5	4	5	3	26
89.	4	5	5	5	5	3	27
90.	5	4	5	5	5	3	27
91.	5	4	5	5	5	3	27
92.	5	5	5	5	5	3	28
93.	4	3	4	3	3	3	20
94.	4	4	4	4	4	3	23
95.	4	4	3	4	4	3	22
96.	5	5	4	4	5	3	26
97.	5	4	5	5	5	3	27

LAMPIRAN 2. HASIL UJI VALIDITAS

Uji validitas variabel Y (Kepuasan pelanggan)

		Correlations						KEPUASAN PELANGGAN
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson							
	Correlation	1	.524**	.533**	.501**	.665**	.181	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.076	.000
N		97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson							
	Correlation	.524**	1	.586**	.540**	.500**	.298**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.000
N		97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson							
	Correlation	.533**	.586**	1	.669**	.630**	.074	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.472	.000
N		97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson							
	Correlation	.501**	.540**	.669**	1	.560**	.135	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.188	.000
N		97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson							
	Correlation	.665**	.500**	.630**	.560**	1	.161	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.115	.000
N		97	97	97	97	97	97	97
Y6	Pearson							
	Correlation	.181	.298**	.074	.135	.161	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.076	.003	.472	.188	.115		.000
N		97	97	97	97	97	97	97
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson							
	Correlation	.748**	.790**	.790**	.783**	.781**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas X1 (Harga)

Correlations

[illegible]

HARGA	Pearson	.760**	.706**	.766**	.781**	.755**	.834**	.790**	.733**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas X2 Kualitas Pelayanan

		Correlations								KU PEL
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
X2.1	Pearson	1	.489**	.568**	.450**	.504**	.525**	.555**	.486**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.2	Pearson	.489**	1	.392**	.621**	.410**	.610**	.342**	.369**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.3	Pearson	.568**	.392**	1	.506**	.455**	.540**	.599**	.483**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.4	Pearson	.450**	.621**	.506**	1	.390**	.544**	.483**	.448**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.5	Pearson	.504**	.410**	.455**	.390**	1	.506**	.632**	.308**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.6	Pearson	.525**	.610**	.540**	.544**	.506**	1	.518**	.514**	
	Correlati on									
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.7	Pearson Correlation	.555**	.342**	.599**	.483**	.632**	.518**	1	.517**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
X2.8	Pearson Correlation	.486**	.369**	.483**	.448**	.308**	.514**	.517**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000		
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.766**	.706**	.764**	.740**	.712**	.789**	.792**	.690**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 3. UJI RELIABILITAS

X1 (Harga)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	8

X2 Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

X3 (Kepuasan Pelanggan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

LAMPIRAN 4. UJI ASUMSI KLASIK

1). Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardi zed Residual
N	97
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.0000000
Std. Deviation	1.96225744
Most Extreme Absolute	.079
Differences Positive	.037
Negative	-.079
Test Statistic	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	.159 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

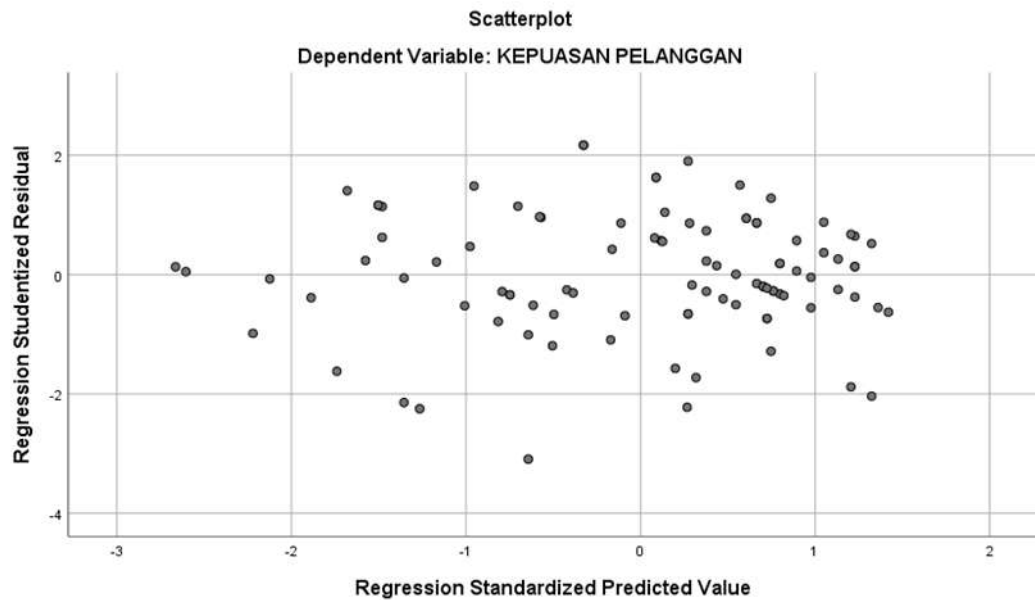
2). Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.666	1.755		2.089	.039		
HARGA	.247	.042	.386	5.899	.000	.919	1.088
KUALITAS PELAYANAN	.399	.044	.593	9.076	.000	.919	1.088

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

3). Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 5. HASIL Uji KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.623	1.983	1.851

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

LAMPIRAN 6. Uji HIPOTESIS

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.666	1.755		2.089	.039
	HARGA	.247	.042	.386	5.899	.000

KUALITAS PELAYANAN	.399	.044	.593	9.076	.000
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	631.862	2	315.931	80.341	.000 ^b
	Residual	369.644	94	3.932		
	Total	1001.505	96			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

LAMPIRAN 7. REGRESI LINEAR BERGANDA

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.666	1.755		2.089	.039
	HARGA	.247	.042	.386	5.899	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.399	.044	.593	9.076	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

LAMPIRAN 8. DOKUMENTASI

Dokumentasi pengisian angket oleh saudari Dewi



Dokumentasi pengisian angket oleh Bpk Hotmar Tua Siregar



Dokumentasi pengisian angket oleh Bpk Ikbal Nasution



Dokumentasi pengisian angket oleh Bpk Muktar Hadi Hrp



Dokumentasi pengisian angket oleh Saudara Rizky Daulay



Dokumentasi pengisian angket oleh ibu Adelina Siregar



Dokumentasi pengisian angket oleh Saudari Laila Pulungan



Dokumentasi pengisian angket oleh Saudari Azmi Harahap



Dokumentasi pengisian angket oleh Saudara Suhutan Harahap



Dokumentasi pengisian angket oleh Bpk Ahmad Siregar





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2896/Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

26 November 2024

Yth. Bapak/Ibu;

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Arti Damisa, M.E.I | : Pembimbing I |
| 2. Muhammad Arif, M.A | : Pembimbing II |

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 2140200141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pendok Hijau di Padang Lawas Utara.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3264/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/10/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

27 Oktober 2025

Yth; Owner Cafe Pondok Hijau Padang Lawas Utara.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Eli Saputri Harahap
NIM : 2140200141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pondok Hijau di Padang Lawas Utara**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



CAFE PONDOK HIJAU
JL. Binanga - Aek Haruaya,
Kec. Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara
kode Pos: 22741

Hal : Surat Balasan Izin Riset

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
di –
Padangsidempuan

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Cafe Pondok Hijau menerangkan bahwa sesungguhnya saudari:

Nama : Eli Saputri Harahap

Nim : 2140200141

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Di Padang Lawas Utara.

Adalah benar telah melakukan penelitian di Cafe Pondok Hijau Padang Lawas Utara.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Aek Haruaya, 14 Desember 2025
Pemilik Cafe Pondok Hijau



(Muallim Siregar)