

The Effect of Promotion, Price, and Service Quality on Customer Satisfaction at Mondela Café, Denpasar, Bali.

Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Mondela, Denpasar, Bali.

Arycha Sheren¹, Christimulia Purnama Trimurti^{2*}, I Wayan Ruspandi Junaedi³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: christimuliapurnama@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>Customers Appreciate Price, Service Quality and Promotion.</i></p>	<p>Abstract <i>This study aims to figure out how three influences affect customer satisfaction. These influences are promotional offers X1, prices X2 and service quality X3. Data for this study was gathered through a questionnaire with a Likert scale. 102 people were surveyed using accidental sampling; no probability sampling was used. These surveys were conducted at Mondela Café in Denpasar, Bali. The linear regression data analysis method uses a hypothesis test at a 5% significance level. The results of this test showed that both the X1 promotion and the X2 price had positive and significant impact on customer satisfaction. This was shown by the regression coefficient value of 0.273 for X1 and 0.349 for X2. The results of a regression analysis showed that customer satisfaction is positively influenced by the service quality with a significant influence equal to 24%. Furthermore, the price, promotion and service quality of Mondela Café in Denpasar, Bali had significant positive influence on customer satisfaction. This was shown by an F-arithmetic equal to 53,785; this value is higher than the F-table's reference value of 2.70, which means the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. Additionally, multiple determinations showed that 61% of customer satisfaction at Mondela Café in Denpasar, Bali was contributed by promotion, price and service quality.</i></p>
<p>Kata kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen</p>	<p>Abstrak Penelitian ini melihat pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan di Mondela Café Denpasar, Bali, dengan menggunakan teknik accidental sampling. 102 peserta menjawab kuesioner Google Form menggunakan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Uji hipotesis dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Y yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,273. Selain itu, harga X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,349. Bukti parsial dari uji F-hitung menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan di Mondela Café Bali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung yang lebih tinggi dari nilai F tabel maksimal sebesar 2,70.</p>

Dengan asumsi H_0 adalah hipotesis nol, ini menyiratkan bahwa itu telah ditolak dan H_a benar. Selanjutnya, analisis penentuan berganda menunjukkan bahwa ketiga harga, promosi, dan kualitas layanan ini memberikan kontribusi 61,1% terhadap kepuasan pelanggan di Mondela Café.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat karena semakin banyaknya merek dan produk. Hal ini disebabkan oleh budaya global yang menawarkan berbagai macam pilihan. Konsumen memiliki kemampuan untuk memilih dari banyak alternatif, yang meningkatkan daya beli mereka. Ini adalah kekhawatiran yang berkembang bagi produsen yang menghadapi peningkatan jumlah ancaman. Hal ini terutama berlaku di industri kuliner di mana orang tidak hanya mencari makanan dan minuman baru. Sebaliknya, mereka mengamati kehadiran setiap individu di media sosial. Banyak orang memandang pergi ke kafe sebagai bagian dari gaya hidup mereka sehari-hari. Akibatnya, pengusaha kuliner memperhatikan kecenderungan orang untuk mudah jatuh cinta dengan tempat-tempat yang Instagrammable — indah, dan menarik — atau trendi. Pengusaha ini juga menyadari bahwa pelanggan ingin menghabiskan waktu dalam suasana yang nyaman dan menyenangkan.

Menurut Fardiani, perusahaan harus mempelajari apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggannya. Mereka kemudian perlu memberikan hal-hal ini kepada pelanggan mereka untuk menciptakan loyalitas. Konsep Experiential Marketing Schmitt menyatakan bahwa produsen harus memberikan pengalaman yang unik dan positif dengan kualitas pelayanan yang baik. Pemasok dapat menggunakan media yang tepat untuk menjangkau pelanggan mereka; mereka juga dapat mengambil manfaat dari opsi non-media.

Denpasar memiliki banyak kafe unik di berbagai lokasi. Salah satunya adalah Monde.la Café yang bisa ditemukan di Jl. Trijata No. 51 di Dangin Puri Kangin Kec. Mondela Cafe adalah sebuah kafe dengan pemandangan indah dan lingkungan yang sangat nyaman. Didukung oleh wifi yang memadai dan menawarkan banyak meja dan kursi yang nyaman. Kafe ini menyajikan non-kopi, kopi, dan makanan ringan dengan harga terjangkau yang cocok untuk pelajar.

Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk mengubah perilaku dan sikap konsumen. Hal ini dicapai melalui menginformasikan, membujuk dan mengingatkan orang tentang produk perusahaan. Promosi melibatkan serangkaian upaya pemasaran berkelanjutan oleh penjual dan pembeli yang mengandalkan informasi yang benar. Tujuannya adalah untuk mendorong pembeli yang tidak dikenal untuk menjadi akrab dengan produk untuk membeli dan mengingatnya.

Mondela Cafe menggunakan media sosial seperti Instagram di era digital bisnisnya. Mereka memposting promo dan gambar di akun mereka sebagai cara untuk mempromosikan diri mereka sendiri. Upaya promosi mereka akan menciptakan refleksi di benak pelanggan. Refleksi ini akan mempertimbangkan penilaian implisit dan eksplisit dari makanan, minuman, dan layanan Mondela Cafe. Pada akhirnya, ini akan menciptakan citra kafe di benak konsumen— citra yang kemungkinan besar akan mereka ingat saat mengunjungi kafe secara langsung.

Konsumen menilai nilai suatu barang atau jasa dengan membandingkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan alternatif yang serupa. Mereka juga mempertimbangkan manfaat yang dirasakan terkait dengan harga dan

korelasinya dengan nilai barang atau jasa. Segmentasi produk yang sudah dirancang akan memudahkan pelaku usaha mendesign produk sesuai dengan konsumen yang dituju sehingga produk akan mudah diminati oleh konsumen (Trimurti, et.al., 2023:86). Bisnis perlu menyesuaikan harga secara teratur karena perubahan lingkungan, persaingan yang meningkat, dan permintaan pelanggan yang terbatas. Harga adalah sejumlah uang yang disepakati penjual dan pembeli untuk ditukarkan dengan produk mereka. Ini juga menentukan apakah bisnis dapat bersaing satu sama lain dan konsumen yang mereka layani. Mondela Cafe menawarkan harga untuk berbagai macam makanan, minuman, kue dan makanan ringan. Harga berkisar dari Rp.10k sampai Rp.40k Berdasarkan akun Instagram Mondela Cafe, harga produk mereka adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Harga Makanan dan Minuman di Mondela Cafe

Menu	Jumlah Menu	Harga
Fruitea	6 (hot dan ice)	Rp 20.000 – Rp 22.000
Tea	11 (hot & ice)	Rp 12.000 – Rp 25.000
Coffee	12(hot & ice)	Rp 12.000 – Rp 20.000
Non-Coffee	10 (hot & ice)	Rp 15.000 – Rp 18.000
Mocktail	4	Rp 20.000
Makanan Ringan	7	Rp 10.000 – Rp 20.000
Kue	3	Rp 12.000 – Rp 18.000
Makanan Berat	7	Rp 2.000 – Rp 20.000
Korean Mie	4	Rp 22.000 – Rp 40.000

Dengan memberikan pelayanan prima, bisnis dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ini dapat membantu mereka menjaga jarak dengan pesaing karena bantuan yang diberikan oleh penyedia jarak dekat. Pelanggan Mondela Café telah menyatakan bahwa layanannya berkualitas tinggi karena ruang fisik kafe bersih. Ini menyiratkan bahwa pekerja Mondela Café berdedikasi untuk menjaga kebersihan tempat kerja mereka untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan mereka. Layanan pelanggan sama pentingnya dengan fasilitas itu sendiri. Baik penduduk lokal maupun pengunjung menerima interaksi yang ramah ketika berhadapan dengan karyawan di fasilitas tersebut. Membuat pelanggan senang dipengaruhi oleh banyak faktor yang berbeda, termasuk harga, promosi, kenyamanan, dan layanan.

Kepuasan pelanggan memiliki banyak manfaat bagi suatu perusahaan, antara lain meningkatkan produktivitas karyawan, menurunkan biaya transaksi di masa yang akan datang, meningkatkan reputasi perusahaan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Fardiani menyatakan bahwa manfaat tersebut merupakan hasil dari pelayanan yang menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan atau keinginan individu.

Berbagi cerita dan pengalaman positif di media sosial memberikan wawasan tentang kepuasan pelanggan. Karena era digital hadir, konsumen dapat berbagi pengalaman berbelanja di Mondela Café di Instagram melalui Stories. Konsumen juga dapat membagikan pendapatnya di media sosial melalui postingan dan komentar. Ketika banyak orang berbagi cerita atau ekspresi positif di media sosial, itu menandakan bahwa mereka merasa diterima atau puas di lokasi tersebut. Manajemen Mondela memperhatikan komentar ini dan mendorong berbagi lebih lanjut dengan menanggapi konsumen.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Mondela Cafe yang terletak di Jl. Trijata No.51, Dangin Puri Kangin, Kec.Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali. Tujuannya adalah untuk

mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh promosi, harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan accidental sampling; ini juga disebut sampling kebetulan. Dalam metode ini, peserta dipilih berdasarkan pertemuan kebetulan dengan peneliti. Untuk penelitian ini, 90 responden dipilih untuk mengisi survei atau kuesioner skala Likert.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas membuktikan validitas suatu tes.
Uji validitas menentukan validitas suatu kuesioner. Tes ini dilakukan oleh Ghozali pada tahun 2012, yang menyatakan bahwa validitas suatu angket dapat diukur dengan tes tersebut.
2. Untuk memastikan produk berkualitas tinggi, uji keandalan dilakukan.
Cronbach's Alpha harus lebih besar dari 0,6 agar konstruk atau variabel dianggap andal.
Tes Asumsi Klasik mengharuskan peserta untuk menjawab tiga pertanyaan.
Korelasi antar variabel bebas diuji dengan menggunakan uji multikolinearitas.
Tes ini digunakan saat membuat model regresi.
Uji Heteroskedastisitas menguji apakah varians antar residual dari satu pengamatan model regresi ke pengamatan model regresi lainnya tidak sama.
3. Uji normalitas merupakan komponen penting dari model regresi. Ini menentukan apakah variabel bebas serta variabel terikat memiliki distribusi normal ketika model diterapkan. Model regresi yang baik akan menunjukkan data yang ternormalisasi baik untuk variabel bebas maupun variabel terikat.
4. Analisis Regresi Linier Berganda memberikan penjelasan yang komprehensif tentang data.
Dalam aplikasi dengan lebih dari satu variabel bebas, analisis regresi linier memperkirakan nilai variabel terikat. Ini hanyalah analisis regresi yang diperluas, yang dikembangkan dari Kazmier pada tahun 2004 dengan angka 118.
5. Uji t merupakan uji statistik peringkat kelima.
Uji statistik t digunakan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi menjelaskan kepuasan pelanggan.
6. Uji F mengukur signifikansi statistik dari dua set data.
Uji F mengungkapkan apakah semua variabel independen dalam suatu model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Ini ditentukan dengan memeriksa apakah variabel dependen berubah ketika salah satu variabel independen diubah.
7. Uji R² adalah ukuran seberapa baik data cocok dengan garis regresi. Ini adalah kuadrat dari koefisien korelasi.
Koefisien R² mengukur sejauh mana model menjelaskan perubahan variabel dependen. Ini berkisar dari 0 hingga 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengaruh Promosi Mondela Café Terhadap Kepuasan Konsumen

Dengan hipotesis pertama, promosi Mondela Café berpengaruh signifikan tetapi secara parsial positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,273 dan uji t-statistik yang mengembalikan nilai signifikansi

sebesar 0,000 atau $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak mungkin terjadi secara kebetulan. Mondela Café meningkatkan kepuasan pelanggan berkat promosi yang efektif. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Handoko tahun 2017. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Maxim Houseware Indonesia Medan karena variabel promosi. Selanjutnya hasil survei Anggraeni tahun 2017 menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Vanilla Café Tulungagung.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Mondela Café

Hipotesis kedua mengasumsikan bahwa harga produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Mondela Cafe. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan memperoleh koefisien regresi bertanda positif. Selain itu, hasil uji t-statistik menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Penetapan harga pada The Mondela Café berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik harga setiap produk, semakin tinggi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga menyebabkan peningkatan kepuasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fardiani tahun 2013. Menurut Fardiani, harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya temuan Gulla et al pada tahun 2015 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan di Mondela Café terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan Mondela Cafe sebagian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Saat diuji, hasilnya menunjukkan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,240, yang menegaskan pengaruh signifikan secara parsial yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Kualitas pelayanan di Mondela Café berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fardiani 2013, salah satu faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei Anggraeni 2017 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan namun parsial terhadap kepuasan pelanggan di Vanilla Café Tulungagung.

Pengaruh promosi, harga dan kualitas layanan Mondela Café terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis keempat penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas promosi juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mondela Café. Informasi tersebut dibuktikan dengan diperoleh nilai F hitung sebesar 53,785. Karena nilai ini signifikan dan tingkat signifikansinya 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mondela Café. Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen

adalah simultan dan signifikan. Nilai F-hitung untuk hipotesis ini adalah 53,785 yang berarti pengaruhnya signifikan.

SIMPULAN

- 1) Mondela Cafe dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjalankan berbagai macam promosi. Analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,273. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 3,743 yang berada di atas ambang batas 1,985 yang ditetapkan oleh t-tabel. Selanjutnya kesimpulan tersebut ditemukan signifikan jika dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 dengan p-value 0,000.
- 2) Mondela Cafe menggunakan strategi harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,349, nilai t-hitung sebesar 4,485, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Ketiga nilai ini menunjukkan bahwa harga yang lebih baik mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.
- 3) Kualitas layanan yang lebih baik di Mondela Cafe membawa kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,0240, t-hitung sebesar 4,116, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t-hitung sebesar 4,116 juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di atas ambang batas sebesar 1,985 yang ditentukan oleh t-tabel.
- 4) Nilai F hitung yang lebih tinggi menunjukkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 53,785 yang berada di atas batas tabel sebesar 2,70. Juga, pernyataan ini penting karena statistik F adalah nol. Ini berarti bahwa secara statistik tidak ada kemungkinan positif palsu, dengan kata lain, hasilnya mungkin valid. Selain itu, kualitas layanan, penetapan harga, dan strategi promosi yang lebih baik telah terbukti mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fardiani, A. N. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. Skripsi, 1–75.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>.
- Ria, A. (2017). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Café Tulungagung. *Simki-Economic*, 01(03), 1–14.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Trimurti Christimulia Purnama, et.,al.,(2023). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.