

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Caffé Solata Kota Palopo

Sri Chessy Takundun¹, Wana M. Ngaji², Nadila³, Nurjannah⁴, Cici Mahmut⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Andi Djemma Palopo

E-mail: chessysry@gmail.com¹, wanamangkana439@gmail.com², ndila5325@gmail.com³,
nurjannah@unanda.ac.id⁴, cici_mahmut@unanda.ac.id⁵

Article History:

Received: 14 Juni 2024

Revised: 28 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Keywords:

Kepuasan Pelanggan, Harga, Lokasi, Kualitas Layanan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Café Solata Kota Palopo. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, data dikumpulkan dari 30 responden yang sebagian besar adalah pelajar atau mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel lokasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dan peningkatan kualitas layanan adalah kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Café Solata. Oleh karena itu, manajemen Café Solata disarankan untuk terus memperbaiki kualitas layanan dan menetapkan harga yang kompetitif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan gaya hidup masyarakat modern, bisnis kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Mulai dari restoran asing hingga warung kaki lima, masyarakat kini memiliki banyak pilihan tempat untuk bersantap. Salah satu tempat yang menjadi favorit adalah café, yang menawarkan suasana santai dan nyaman, cocok untuk berkumpul bersama teman, kerabat, atau keluarga. Fenomena ini terlihat jelas dengan semakin banyaknya café yang bermunculan, khususnya di kota-kota besar (Mardiansjah & Rahayu, 2019). Café Solata di Kota Palopo merupakan salah satu dari banyak café yang berupaya memenuhi kebutuhan konsumen akan tempat yang nyaman dan berkualitas.

Salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah harga. Pranasari dkk (2017) menyatakan bahwa harga adalah salah satu pertimbangan utama bagi konsumen saat melakukan pembelian, karena ini mencerminkan nilai yang mereka tukarkan dengan manfaat yang diterima dari produk atau layanan. Jika harga yang ditawarkan dianggap sebanding atau lebih rendah daripada nilai yang diterima, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi tanpa disertai peningkatan kualitas atau manfaat, kepuasan pelanggan dapat menurun. Dampak harga terhadap kepuasan konsumen didukung lebih lanjut oleh (Priowibowo, 2022) yang menekankan bahwa harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan sering digunakan sebagai tolok ukur oleh perusahaan

untuk mencapai kepuasan konsumen Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Selain harga, lokasi juga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis dan mudah diakses membuat pelanggan lebih tertarik untuk mengunjungi sebuah café. Menurut Lestari (2023), lokasi yang baik tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memberikan kesan positif pada pelanggan. Lokasi cafe yang strategis dan mudah diakses memainkan peran penting dalam menarik pelanggan dan secara positif mempengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan. Penelitian oleh Hatnaningtiyas & Subari (2022) dan Pratomo & Levyda (2022) menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan lokasi bersama dengan faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga dan layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di kedai kopi dan kafe. Lokasi yang nyaman dan mudah dijangkau mempermudah pelanggan dalam mengatur waktu kunjungan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan. Café yang berada di lokasi yang kurang strategis mungkin harus bekerja lebih keras dalam aspek lain untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

Faktor ketiga yang tidak kalah penting adalah kualitas layanan. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, mulai dari keramahan staf, kecepatan pelayanan, hingga kebersihan dan kenyamanan tempat. Menurut Risal & Aqsa (2021), kesanggupan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten menentukan apakah layanan tersebut dianggap berkualitas baik atau buruk. Ketika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, mereka akan merasa puas dan mungkin menjadi pelanggan setia. Penelitian oleh Regina & Seno (2020) menyoroti pengaruh signifikan dari kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, menggarisbawahi pentingnya memberikan layanan berkualitas tinggi untuk meningkatkan pengalaman dan loyalitas pelanggan. Namun, jika layanan yang diberikan kurang memuaskan, hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan dan bahkan menyebabkan pelanggan beralih ke tempat lain.

Sebuah kebaruan signifikan dalam penelitian ini adalah fokus pada Cafe Solata di Kota Palopo, yang menawarkan wawasan unik tentang bagaimana faktor-faktor seperti harga, lokasi, dan kualitas layanan berinteraksi untuk memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks lokal yang khas, penelitian menggunakan pendekatan regresi berganda untuk mengukur dampak relatif masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan secara kuantitatif. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan harapan pelanggan di kafe lokal, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Cafe Solata dalam meningkatkan strategi pelayanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian literatur mengenai pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Kajian ini akan mengintegrasikan hasil-hasil penelitian terdahulu untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Café Solata Kota Palopo. Dengan memahami pengaruh masing-masing faktor ini, diharapkan Café Solata dapat mengimplementasikan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, dan kualitas layanan yang prima adalah kombinasi yang ideal untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Malia, 2023). Namun, setiap café memiliki tantangan dan keunikan tersendiri dalam menerapkan ketiga faktor tersebut (Bipianto, 2023). Misalnya, meskipun harga yang rendah dapat menarik banyak pelanggan, jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang baik, kepuasan pelanggan bisa saja menurun. Demikian juga, lokasi yang strategis tanpa didukung oleh harga yang wajar dan layanan yang baik

mungkin tidak cukup untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang (Anis et al., 2021).

Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tren dan preferensi pelanggan dalam konteks café, yang dapat menjadi panduan bagi Café Solata dalam merumuskan kebijakan dan strategi bisnis mereka. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, Café Solata harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan preferensi pelanggan. Memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan merupakan langkah awal yang krusial.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh Café Solata. Dengan demikian, diharapkan Café Solata dapat meningkatkan kepuasan pelanggan mereka secara signifikan dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang kompetitif. Kesimpulannya, harga, lokasi, dan kualitas layanan adalah tiga faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Café Solata Kota Palopo. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana ketiga faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam bagi manajemen Cafe Solata untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka, serta mempertahankan kompetitivitas di pasar yang dinamis.

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda untuk mengidentifikasi dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (harga, lokasi, dan kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) di Cafe Solata Kota Palopo. Dalam konteks ini, persamaan regresi linear berganda yang digunakan dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = b + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dalam persamaan ini:

- Y adalah variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.
- X_1 , X_2 dan X_3 adalah variabel independen yang mewakili harga, lokasi, dan kualitas layanan masing-masing.
- b_1 , b_2 , dan b_3 adalah koefisien regresi yang menggambarkan seberapa besar perubahan dalam kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh masing-masing variabel independen.
- e adalah kesalahan acak atau faktor-faktor lain yang tidak dimodelkan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Analisis regresi berganda memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kontribusi relatif dari masing-masing faktor (harga, lokasi, dan kualitas layanan) terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian akan menghasilkan koefisien regresi untuk setiap variabel independen, yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Harga (X_1): Koefisien (b_1) akan menunjukkan seberapa besar perubahan dalam kepuasan pelanggan yang terkait dengan perubahan harga. Jika (b_1) positif dan signifikan, hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga mungkin berhubungan dengan peningkatan kepuasan pelanggan jika disertai dengan peningkatan kualitas atau nilai tambah.
- Lokasi (X_2): Koefisien (b_2) akan mengevaluasi seberapa jauh lokasi cafe (misalnya aksesibilitas dan strategi lokasi) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika (b_2) positif dan signifikan, ini menandakan bahwa lokasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Kualitas Layanan (X_3): Koefisien (b_3) akan menilai pengaruh kualitas layanan (pelayanan yang ramah, kecepatan pelayanan, kebersihan, dll.) terhadap kepuasan pelanggan. Jika (b_3) positif dan signifikan, maka meningkatkan kualitas layanan dapat secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari analisis regresi berganda ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana Cafe Solata dapat mengoptimalkan faktor-faktor ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal. Hasil koefisien regresi yang positif dan signifikan untuk variabel harga, lokasi, dan kualitas layanan akan menunjukkan bahwa investasi dalam aspek-aspek ini dapat memberikan pengembalian yang positif dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sejumlah responden yang memberikan informasi mengenai variabel yang diteliti, termasuk jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan. Berikut adalah distribusi karakteristik responden berdasarkan kategori-kategori tersebut:

Tabel 1. Deskripsi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi (orang)	Presentase %
Jenis Kelamin	Laki-laki	27	90.0
	Perempuan	3	10.0
Usia	20 – 25 tahun	27	90.0
	26 – 30 tahun	1	3.3
	31 – 35 tahun	2	6.7
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	23	76.7
	PNS	2	6.7
	TNI/POLRI	2	6.7
	Lainnya	1	3.3
Penghasilan	< Rp. 500.000	24	80
	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	4	13.3
	dias Rp. 5.000.000	2	6.7

Tabel deskripsi responden menunjukkan distribusi karakteristik responden berdasarkan variabel jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan. Data ini memberikan gambaran tentang siapa saja yang menjadi sampel penelitian, dengan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (90%) dan usia dominan antara 20-25 tahun (90%). Mayoritas juga adalah pelajar/mahasiswa (76,7%) dengan penghasilan kurang dari Rp. 500.000 (80%).

Tabel 2. Analisis Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Rata – rata
Harga	Keterjangkaua harga	3.83
	Kesesuaian harga dengan mutu produk	3.83
Lokasi	Ketersediaan akses	3.75
	Keamanan lokasi	3.68
	Kenyamana fasilitas	3.82
Kualitas Layanan	Kecepatan pelayanan	3.85
	Ketersediaan informasi	3.75
	Keramahan petugas	3.80
Kepuasan pelanggan	Kepuasan atas pelayanan	3.87
	Kesesuaian harapan dengan kenyataan	3.82

Tabel analisis variabel penelitian menampilkan hasil penilaian responden terhadap berbagai aspek yang relevan dengan pengalaman mereka di Caffe Solata. Secara umum, responden memberikan penilaian positif terhadap harga, dengan keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan mutu produk mendapatkan rata-rata skor yang sama tinggi, yaitu 3.83. Di sisi lokasi, aspek ketersediaan akses dan kenyamanan fasilitas mendapat penilaian yang baik dengan rata-rata skor masing-masing 3.75 dan 3.82, meskipun keamanan lokasi sedikit lebih rendah dengan skor 3.68. Untuk kualitas layanan, kecepatan pelayanan mendapat penilaian tertinggi dengan skor 3.85, sementara ketersediaan informasi dan keramahan petugas juga dianggap baik dengan rata-rata skor masing-masing 3.75 dan 3.80. Terakhir, dalam aspek kepuasan pelanggan, rata-rata skor untuk kepuasan atas pelayanan adalah 3.87, sedangkan kesesuaian harapan dengan kenyataan adalah 3.82. Hasil ini menunjukkan bahwa Caffe Solata mampu memenuhi harapan responden terkait harga, lokasi, kualitas layanan, dan menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Tabel 3. ANOVA^a

Model	sum of squares	Df	Mean square	F	Sig
1. regression residual	371.538	3	123.846	44,012	,001 ^b
total	73.162	26	2.814		
	444.700	29			

Tabel ANOVA diatas menunjukkan hasil analisis regresi berganda antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, X3). Hasil ini mencakup *sum of squares* untuk model dan residu, *degrees of freedom* (Df) untuk model dan residu, *mean square* untuk model dan residu, statistik uji F, dan nilai signifikansi (Sig). Dari tabel ini, nilai F sebesar 44,012 dengan signifikansi 0,001 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen (Y) menggunakan variabel independen (X1, X2, X3).

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	T	sig
	B	Std Error	Beta		
1 (constant)	-2,036	2,263		-900	337
X1	395	116	492	3,402	002
X2	-005	126	-006	-041	968
X3	347	107	480	3.229	003

Tabel koefisien menunjukkan hasil analisis regresi berganda antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, X3). Koefisien *unstandardized* (B) mengindikasikan besarnya pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa variabel X1 (harga) memiliki koefisien positif signifikan (395, p = 0,002), menunjukkan bahwa peningkatan harga berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel X3 (kualitas layanan) juga memiliki koefisien positif signifikan (347, p = 0,003), menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, variabel X2 (lokasi) tidak signifikan secara statistik (p = 0,968), menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks ini. Berdasarkan hasil analisis regresi menggunakan SPSS 20, diperoleh persamaan regresi

$$Y = -2.036 + 0.395 X_1 - 0.005 X_2 + 0.347 X_3$$

1. Konstanta (b_0) sebesar -2,036 menunjukkan nilai variabel dependen (Y) jika semua variabel independen (X_1, X_2, X_3) bernilai nol.
2. Koefisien regresi untuk variabel X_1 (harga) sebesar 0,395 menandakan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam variabel harga akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,395 satuan pada variabel dependen (Y).
3. Koefisien regresi untuk variabel X_2 (lokasi) sebesar -0,005 menunjukkan bahwa setiap penurunan satu satuan dalam variabel lokasi akan mengurangi variabel dependen (Y) sebesar 0,005 satuan.
4. Koefisien regresi untuk variabel X_3 (kualitas layanan) sebesar 0,347 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel kualitas layanan akan meningkatkan variabel dependen (Y) sebesar 0,347 satuan.

Koefisien positif menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dan dependen, sedangkan koefisien negatif menunjukkan hubungan berbanding terbalik antara variabel tersebut.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.835	.816	1.67748

Tabel 5 menampilkan ringkasan model regresi yang menggambarkan tingkat kecocokan model terhadap data yang diamati. Nilai *R Square* sebesar 0,835 menunjukkan bahwa sekitar 83,5% variabilitas dalam variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X_1, X_2, X_3) yang dimasukkan ke dalam model. Nilai *Adjusted R Square* yang hampir sama, yaitu 0,816, memperhitungkan penyesuaian untuk kompleksitas model, menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan data tanpa terlalu memperhitungkan overfitting. *Standar Error of the Estimate* sebesar 1,67748 mengindikasikan seberapa akurat prediksi yang dihasilkan oleh model tersebut. Tabel ini penting untuk evaluasi dan interpretasi tingkat kecocokan model regresi yang digunakan dalam analisis data.

Analisis hasil regresi berganda memberikan wawasan yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Café Solata Kota Palopo. Dalam penelitian ini, variabel harga (X_1) dan kualitas layanan (X_3) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi untuk harga sebesar 0,395 dan untuk kualitas layanan sebesar 0,347, keduanya positif dan signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan harga dan peningkatan kualitas layanan berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Pertama, pengaruh harga yang signifikan dan positif menunjukkan bahwa pelanggan di Café Solata tidak hanya mempertimbangkan aspek biaya, tetapi juga menilai harga sebagai indikator kualitas. Dengan kata lain, pelanggan mungkin merasa bahwa harga yang lebih tinggi mencerminkan produk dan layanan yang lebih baik. Ini bisa jadi karena Café Solata telah berhasil menciptakan persepsi nilai di mata pelanggan, di mana mereka merasa bahwa setiap kenaikan harga dibarengi dengan peningkatan kualitas yang sepadan. Beberapa penelitian yang sejalan dengan hasil ini yaitu Grace (2022) yang menyatakan bahwa Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu ada juga penelitian yang telah dilakukan oleh Mashuri (2023) yang berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, variabel Fasilitas dan Harga memberikan pengaruh positif yang signifikan sebesar 66.5% terhadap

kepuasan konsumen, sedangkan 33.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kedua, kualitas layanan yang juga memiliki pengaruh signifikan dan positif menunjukkan bahwa aspek ini sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat menghargai interaksi yang ramah, profesionalisme staf, kecepatan layanan, serta perhatian terhadap detail. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Minh et al (2015) dalam Putra & Seminari (2020) yang memperlihatkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan faktor penting dari kepuasan pelanggan (Sadewo et al., 2021). Fakhrana (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal serupa dinyatakan oleh Harsono (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menyebabkan loyalitas pelanggan dan kebahagiaan pelanggan dan bahwa pola umum jalur struktural berlaku di lima negara. Hal ini menegaskan pentingnya pelatihan dan pengembangan karyawan, serta penerapan standar layanan yang tinggi di Café Solata.

Sebaliknya, variabel lokasi (X2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($p = 0,968$). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hatnaningtyas & Subari (2022) yang menyatakan bahwa secara parsial, hanya variabel produk (X1) dan harga (X2) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel lokasi (X3) dan promosi (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks Café Solata, faktor lokasi mungkin tidak begitu krusial bagi pelanggan. Mungkin saja pelanggan lebih fokus pada aspek lain seperti kualitas produk dan layanan yang mereka terima. Faktor ini bisa juga disebabkan oleh pelanggan yang sudah terbiasa dengan lokasi café tersebut, atau karena lokasi Café Solata memang sudah cukup strategis sehingga tidak menimbulkan keluhan atau ketidakpuasan yang berarti.

Manajemen Café Solata dapat menggunakan temuan ini untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Fokus pada peningkatan kualitas layanan, sambil mempertahankan harga yang kompetitif, bisa menjadi kunci untuk mempertahankan pangsa pasar dan menarik pelanggan baru. Dengan menjaga kualitas layanan yang tinggi dan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan, Café Solata dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun loyalitas yang kuat. Meskipun lokasi tidak signifikan dalam penelitian ini, manajemen harus tetap memperhatikan aspek lain seperti promosi dan inovasi produk untuk meningkatkan daya tarik café di lokasi tertentu. Langkah-langkah ini dapat membantu Café Solata untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian selanjutnya bisa mendalami aspek-aspek lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti faktor-faktor psikologis atau sosial dalam konteks konsumen café. Faktor-faktor ini, seperti motivasi konsumen, persepsi nilai, dan interaksi sosial, bisa memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka di Café Solata. Selain itu, studi longitudinal dapat memberikan wawasan tentang bagaimana preferensi dan persepsi pelanggan berubah seiring waktu, terutama dalam menghadapi perubahan tren dan preferensi konsumen. Dengan demikian, penelitian lanjutan dapat membantu Café Solata untuk terus menyesuaikan strategi mereka dan tetap relevan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu berubah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Café Solata Kota Palopo, sementara lokasi tidak berpengaruh signifikan. Harga yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan serta kualitas layanan yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Manajemen Café Solata disarankan untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan dan mempertahankan harga yang kompetitif guna menarik dan mempertahankan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Anis, M. Z., Haque, A. K. M. A., Mustofa, N. F. B., & Faisal-E-Alam, M. (2021). Impact of strategic locations on customer dynamics in business outlets: a case by observation method. *International Journal of Innovative Research and Publications*, 37-47. <https://doi.org/10.51430/ijirp.2021.12.005>
- Bipianto, I. and Wasiman, W. (2023). Penerapan analisis swot pada kebun kopi cafe & resto. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 5, 91-98. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v5i.8068>
- Fakhrana, Z. (2020). Peran kualitas layanan dan kepercayaan dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 157. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p157-171>
- Grace, E., Sinaga, O. S., Silalahi, M., Ambarita, M. H., & Simatupang, S. (2022). Harga dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Buletin Poltanesa*, 23(1), 35-44. <https://doi.org/10.51967/tanesa.v23i1.931>
- Harsono, S. (2021). Interaksi antara kualitas layanan dan socb terhadap kepuasan serta hubungannya dengan loyalitas nasabah pada bank konvensional dan syariah. *Jurnal Dimensi*, 10(3), 527-542. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i3.3482>
- Hatnaningtiyas, A. P. and Subari, S. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan dine in di “mana kopi” sidoarjo. *Agriscience*, 3(2), 361-384. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i2.15536>
- Hatnaningtiyas, A. P. and Subari, S. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan dine in di “mana kopi” sidoarjo. *Agriscience*, 3(2), 361-384. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i2.15536>
- Lestari, A., Afiat, M. N., Rijal, S., Ahmad, M. I. S., Jayadi, H., & Sufrina Keumala Ayu (2023). Peningkatan pengetahuan pelaku umkm tentang pentingnya kepuasan pelanggan di toko risols ah. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 34-41. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.142>
- Malia, R., Putri, P., & Lestari, H. S. (2023). Analisis perilaku konsumen 555 cafe and resto. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS)*, 3(2), 72. <https://doi.org/10.35194/jubis.v3i2.3623>
- Mardiansjah, F. H. and Rahayu, P. (2019). Urbanisasi dan pertumbuhan kota-kota di indonesia: suatu perbandingan antar-wilayah makro indonesia. *Jurnal Pengembangan Kota*, 7(1), 91-110. <https://doi.org/10.14710/jpk.7.1.91-108>
- Mashuri, M. I., Jakaria, R. B., Sukmono, T., & Ismaputra, B. (2023). Pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode structural equation modelling (study kasus di cafe wachito). *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 313. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.20433>
- Pranitasari, D., Fachroji, M., Syamsur, G., Suryono, D. W., & Abdoellah, M. N. (2022). Analisa

-
- faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Media Manajemen Jasa*, 10(2). <https://doi.org/10.52447/mmj.v10i2.6620>
- Pratomo, G. H. and Levyda, L. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan coffee shop. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 130-138. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.29>
- Priowibowo, E., Gusfriyanto, H., & Hadibrata, B. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk (literature review strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 118-126. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.19>
- Putra, K. A. G. K. and Seminari, N. K. (2020). Kualitas produk, kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan the old champ cafe. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3423. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i10.p01>
- Risal, M. and Aqsa, M. (2021). Consumer loyalty as impact of marketing mix and customer satisfaction. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 37(2). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v37i2.8055>
- Sadewo, E., Siregar, F. H., Sukirna, I., Adisusanto, J., & Fauzan, N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik hewan di indonesia. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(2), 193-200. <https://doi.org/10.37859/mrabj.v2i2.2331>