



PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI EVOLUSI SIDOARJO

Ilham Fuad Dhani^{1*}, Handy Aribowo², & Dika Zaim Adlhan³

^{*1-3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT: Manajemen,

*e-Mail: ilhamfuaddhani02@gmail.com¹, handy.aribowo@gmail.com², wongdika@gmail.com³

Submit Tgl: 19-Agustus-2026

Diterima Tgl: 21-Agustus-2026

Diterbitkan Tgl: 25-Agustus-2026

Abstract: *This study aims to determine and analyze the effect of Price and Taste, both partially and simultaneously, on Consumer Satisfaction at Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. The type of research used is quantitative research with an associative approach. The population in this study were all consumers of Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo, with samples taken using non-probability purposive sampling techniques. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis, t-test (partial), and F-test (simultaneous) processed via the SPSS program. The results showed that partially, the Price variable had a significant effect on Consumer Satisfaction with a t_{count} value of 12.147 > t_{table} 1.985 and a significance value of $0.001 < 0.05$. The Taste variable also partially had a significant effect on Consumer Satisfaction with a t_{count} value of 11.724 > t_{table} 1.985 and a significance value of $0.001 < 0.05$. Simultaneously, the Price and Taste variables significantly affected Consumer Satisfaction with an F_{count} value of 143.359 > F_{table} 3.09 and a significance value of $0.001 < 0.05$. Based on these results, Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo is advised to maintain product taste stability and evaluate pricing strategies to remain competitive in maintaining consumer satisfaction.*

Keywords: Price, Taste, Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga dan Cita Rasa baik secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo, dengan sampel yang diambil menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan) melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar 12,147 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel Cita Rasa juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dengan nilai t_{hitung} sebesar 11,724 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan (bersama-sama), variabel Harga dan Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai F_{hitung} sebesar 143,359 > F_{tabel} 3,09 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo disarankan untuk terus mempertahankan stabilitas cita rasa produk dan mengevaluasi strategi harga agar tetap kompetitif guna menjaga kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

Cara mengutip Dhani, I. F., Aribowo, H., & Adlhan, D. Z. (2026). Pengaruh Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1613–1626. <https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2578>

PENDAHULUAN

kopi merupakan salah satu komoditas dari subsektor perkebunan yang memiliki trend permintaan dan konsumsi yang cukup tinggi. BPS (2019). Jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia diantaranya adalah jenis arabika, robusta, liberika, dan ekselsa. Jenis kopi robusta mendominasi produksi kopi Indonesia yaitu sebesar 81,87% dari total jumlah produksi biji kopi pada tahun 2016, sementara sisanya sebesar 18,13% adalah kopi jenis arabika BPS (2018).

Kebiasaan meminum kopi bagi sebagian masyarakat sudah menjadi gaya hidup atau lifestyle yang terus berkembang. Gaya hidup meminum kopi yang dianut oleh masyarakat Indonesia menimbulkan potensi yang positif bagi pertumbuhan permintaan kopi dalam negeri. Andiani (2018).

Indonesia mengimpor kopi dalam bentuk ekstrak kopi atau coffee extract, biji kopi hijau atau green bean, kopi olahan atau coffee roasted, dan kulit kopi atau produk substitusi yang mengandung kopi. Indonesia mulai mengimpor kopi ekstrak dan olahan sejak tahun 1962 dan mulai mengimpor biji kopi hijau sejak tahun 1975 dengan jumlah yang cenderung meningkat FAOSTAT (2022).

Dampa dari fluktuasi rasa ini tergolong fatal bagi keberlangsungan bisnis jangka panjang. Karena keluhan tersebut terekam secara publik dan permanen di platform digital Google Maps, hal ini berpotensi menurunkan citra merek Kedai Kopi Evolusi di mata calon konsumen baru yang sering kali menggunakan ulasan digital sebagai referensi utama. Di tengah ketatnya persaingan industri kuliner saat ini, konsumen memiliki biaya peralihan yang sangat rendah, mereka dapat dengan mudah beralih ke kedai kopi kompetitor jika merasa kecewa. Oleh karena itu, inkonsistensi produk ini menghambat terciptanya kepuasan konsumen serta menurunkan tingkat pembelian ulang.

Pada prinsipnya, konsumen Kedai Kopi Evolusi baru akan merasa puas dan memberikan retensi positif apabila Kedai Kopi Evolusi mampu memenuhi atau bahkan melampaui keinginan mereka sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Namun, sebuah fenomena unik justru terlihat pada data internal perusahaan, di mana tingkat kunjungan di Kedai Kopi Evolusi terlihat semakin meningkat setiap bulannya.

Hal ini dapat dilihat secara lebih terperinci pada tabel perkembangan data di bawah ini:

Tabel 1. 1 Jumlah pelanggan periode januari hingga desember 2025

Bulan	Tahun	Pelanggan
Januari	2025	1.410
Februari	2025	1.530
Maret	2025	1.650
April	2025	1.530
Mei	2025	1.800
Juni	2025	1.920
Juli	2025	1.530
Agustus	2025	1.770
September	2025	2.100
Oktober	2025	2.070
November	2025	1.740
Desember	2025	2,040
Rata rata jumlah pengunjung		1.530

Sumber: Kedai Kopi Evolusi 2025

Berdasarkan tabel diatas peneliti membuat Kesimpulan bahwa jumlah pelanggan setiap bulannya sebanyak 1.530 pelanggan. Namun terdapat fenomena penting yang dapat diamati. Jumlah pelanggan dari januari hingga desember 2025 menunjukkan tren yang fluktuatif. Pada September 2025 jumlah pelanggan mencapai 2.100 namun pada November 2025 menurun menjadi 1.740 lalu Kembali berfluktuasi di bulan bulan berikutnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan pelanggan belum stabil dan dipengaruhi oleh beberapa factor utama seperti kualitas pelayanan dan harga dan cita rasa yang ditawarkan.

strategi penetapan harga adalah berkaitan erat dengan keseimbangan antara biaya operasional dan kemampuan beli pelanggan. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, konsumen berpotensi memilih pesaing yang menyediakan produk sejenis dengan harga yang lebih terjangkau seperti yang disoroti oleh Permata (2024), dalam harahap (2025).

Cita rasa merupakan suatu atribut yang terdiri dari kenampakan, rasa, bau, tekstur, dan suhu, yang dapat membentuk interaksi kelima indera manusia. Menurut Maimunah, (2020).

kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Oleh karena itu kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kerja atas kinerja dan harapan. Dengan terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan yang baik terhadap konsumen, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan bagi pelaku bisnis. Kotler dan Keller (2012), dalam Lili (2019).

Tabel 1. 2 Perbandingan teori/hasil penelitian sebelumnya

No	Variabel	Penelitian Tahun		
		Anam et al. (2025)	Mutiara et al. (2021)	Maimunah (2019)
1	Harga	Tidak berpengaruh	Berpengaruh	Berpengaruh
2	Cita Rasa	Tidak berpengaruh	Berpengaruh	Berpengaruh

Sumber: Olahan peneliti 2026

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menganggap pengaruh harga dan cita rasa terhadap kepuasan bersifat universal, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan Literasi Kopi sebagai variabel moderasi. Hal ini didasarkan pada fenomena bahwa konsumen (Kopi Spesial) saat ini memiliki standar kepuasan yang berbeda-beda

tergantung pada tingkat pemahaman mereka terhadap proses memanggang dan asal usul biji kopi.

Berdasarkan uraian dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka judul penelitian ini mengenai. “PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI EVOLUSI SIDOARJO”

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan analisis data bersifat penelitian, instrumen kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Sejalan dengan hal tersebut, Indrawan & Yaniawati (2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2019) Sementara itu, Siregar (2017) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2019). Menurut Sugiyono (2019), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini didasarkan pada ciri-ciri atau karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya untuk disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena rumus ini dirancang khusus untuk populasi yang jumlahnya telah diketahui secara pasti yaitu sebanyak 2.100 konsumen Selain itu, rumus Slovin memberikan ruang bagi peneliti untuk menentukan tingkat toleransi kesalahan yang dapat diterima secara ilmiah, sehingga ukuran sampel yang dihasilkan tetap mewakili populasi namun tetap memungkinkan untuk diteliti dengan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya yang dimiliki peneliti.

Peneliti menetapkan tingkat kesalahan (error) sebesar 0,01 , sehingga perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel yang dicari
- N = Ukuran populasi (2.100)
- e = *Margin of error* atau tingkat kesalahan (0,1 atau 10%)

$$n = \frac{2.100}{1 + 2.100(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.100}{1 + 2.100(0,01)}$$

$$n = \frac{2.100}{1 + 21}$$

$$n = \frac{2.100}{22}$$

$$n = 95,45$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh angka **95,45**. Dalam praktik penulisan skripsi, jumlah sampel dibulatkan ke atas untuk memastikan keterwakilan populasi, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak **96 responden**.

Teknik Analisis Data

Prosedur analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu melalui penggunaan metode statistik dan matematis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta informasi yang terkandung dalam data penelitian. Analisis data merupakan tahapan penting yang bertujuan untuk mengolah data yang telah diperoleh agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai fenomena yang diteliti.

1. Uji Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau memaparkan data hasil penelitian tanpa melakukan penarikan kesimpulan yang bersifat umum. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan distribusi jawaban responden.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan akurat. Suatu instrumen dikatakan valid apabila setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk atau variabel yang diteliti.

Menurut Imam Ghazali (2021), uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu instrumen penelitian dalam mengungkapkan apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka pernyataan tidak dianggap valid.

3. Uji Realibitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,70. Proses pengujian dilakukan melalui menu Reliability Analysis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 31, yang berfokus pada nilai koefisien Alpha untuk mengukur konsistensi internal seluruh butir pernyataan dalam masing-masing variabel penelitian.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pengujian ini penting karena sebagian besar metode statistik parametrik, khususnya analisis regresi, mensyaratkan residual yang berdistribusi normal agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara tepat.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS untuk menganalisis hubungan serta pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat melalui suatu persamaan regresi. Menurut Ghazali (2021), analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Variabel independen dilambangkan dengan $X_1, X_2, X_3, \dots X_n$, sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y . Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis regresi yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial (uji t). Penggunaan analisis regresi bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara individual (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan). Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk mengidentifikasi variabel independen yang memberikan kontribusi paling dominan terhadap variabel dependen.

6. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur kemampuan suatu model regresi dalam menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara keseluruhan. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen masih sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang tinggi, terutama yang mendekati satu, mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan hampir seluruh variasi variabel terikat berdasarkan variabel bebas yang digunakan (Ghozali, 2018).

7. Uji Parsial T

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji ini dilakukan untuk menilai apakah setiap variabel bebas dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan secara parsial terhadap setiap variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variable independen dan dependen berdistribusi normal, yang merupakan syarat dalam regresi linier klasik. Dalam penelitian ini, uji dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS. Data dinyatakan normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) $> 0,05$, dan tidak normal jika $< 0,05$. Hasil uji ini menentukan kelayakan model untuk analisis lebih lanjut. Berikut hasil uji normalitasnya:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardiz ed Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.56950191
Most Extreme Differences	Absolute		.073
	Positive		.067
	Negative		-.073
Test Statistic			.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^e	Sig.		.236
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.225
		Upper Bound	.247

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 92208573.

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berlandaskan Tabel 4.8, nilai signifikansi sebesar 0,236 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga salah satu asumsi klasik regresi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya hubungan linier kuat antar variabel independen. Indikatornya adalah VIF dan toleransi. Model bebas multikolinearitas bila VIF < 10 dan toleransi > 0,10. Berikut hasil uji multikolinearitasnya:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.340	1.168		-1.147	.254	
	X1	.417	.053	.500	7.824	<.001	.645
	X2	.514	.069	.473	7.400	<.001	.645

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, seluruh variabel independen memiliki VIF < 10 dan toleransi > 0,10, sehingga model bebas multikolinearitas dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas dan apabila nilai sig < 0,05 maka terdapat indikasi heteroskedastisitas. Dengan demikian diperoleh hasil uji gletser sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.815	.713	3.951	<.001
	X1	-.027	.033	-.104	.410
	X2	-.052	.042	-.153	.225

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10, diatas pada kolom sig diperoleh nilai signifikasi > 0,05 untuk variabel Harga (X1), Cita Rasa (X2). sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji gletser tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh Harga (X1) Cita Rasa (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil regresinya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-1.340	1.168		-1.147
	Harga	.417	.053	.500	7.824
	Cita Rasa	.514	.069	.473	7.400
					Sig.
					.254
					<.001
					<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berikut ialah hasil perhitungan persamaan regresi linier berganda:

$$Y = -\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -1,340 + 0,417 X_1 + 0,514 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Harga

X2 = Cita Rasa

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Harga

β_2 = Koefisien regresi Cita Rasa

ε = Error

Uji Hipotesis

Uji Statistik T (Parsial)

1. Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik T X1 kepada Y

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.132	1.341		1.589
	Harga	.652	.054	.782	12.147
					Sig.
					.115
					<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

2. Cita Rasa (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik T X2 kepada Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.119	1.306		2.388	.019
	Cita Rasa	.838	.071	.771	11.724	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026**Uji Statistik F (Simultan)**

Uji F untuk melihat pengaruh simultan Harga (X1) dan Cita Rasa (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai F hitung > nilai F tabel, maka $F_{\text{tabel}} = n - k - 1 = 96 - 2 - 1 = 93$. Nilai F tabel yakni 3,09. Hasil uji F dalam penelitian berikut seperti dibawah ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	721.473	2	360.736	143.359	<.001 ^b
	Residual	234.017	93	2.516		
	Total	955.490	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Harga

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.15, nilai F hitung (143,359) > F tabel (3,09) dan sig. 0,001 < 0,05, sehingga Harga dan Cita Rasa berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Evolusi.

Uji Koefisien Korelasi (R) serta Koefisien Determinasi (r²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variable independen menjelaskan variabel dependen, dengan nilai 0 hingga 1 (atau 0 hingga 100%). Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.750	1.58629

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo
Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan, mayoritas responden pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo didominasi oleh laki-laki (68,8%) dengan rentang usia produktif antara 14 hingga 25 tahun (44,8%). Karakteristik responden ini menggambarkan profil konsumen muda, seperti mahasiswa dan pekerja pemula, yang sangat peka terhadap kesesuaian nilai ekonomis dari produk yang mereka konsumsi. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) pada Tabel 4.12, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Harga sebesar 12,147 yang bernilai positif. Nilai ini jauh lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 ($12,147 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang berada di bawah ambang batas toleransi kesalahan ($0,001 < 0,05$). Hasil pengujian statistik tersebut secara empiris membuktikan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Koefisien regresi variabel Harga menunjukkan nilai positif sebesar 0,417, yang berarti setiap perbaikan atau optimasi pada kebijakan harga yang ditawarkan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.
Temuan empiris ini sangat relevan dan mendukung teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2018). Menurut teori tersebut, harga adalah salah satu stimulus utama dalam bauran pemasaran yang paling fleksibel dan secara langsung memengaruhi persepsi nilai pelanggan. Indikator kesesuaian harga dengan manfaat serta daya saing harga terbukti menjadi faktor penting dalam penilaian konsumen. Pelanggan merasa bahwa pengorbanan finansial yang mereka keluarkan sebanding dengan kualitas produk kopi serta fasilitas penunjang (seperti akses WiFi, stop kontak, dan kenyamanan suasana) yang disediakan oleh Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo.
Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu. Menurut M. Nurhilaludin dan Novia Susanti (2025) yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan Living Bintaro di Kota Tangerang Selatan. Menurut Oktovina Deci Rahakbauw dan Renalda Nugraha (2024) yang menyimpulkan bahwa harga memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kopi Seduh Pesanggrahan Jakarta Selatan.
2. Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo
Variabel Cita Rasa (X_2) dievaluasi melalui dimensi sensorik yang meliputi aroma, karakter rasa, dan kenyamanan sensasi mulut. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.11, diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel Cita Rasa sebesar 0,514. Nilai koefisien ini bernilai positif dan merupakan nilai tertinggi jika dibandingkan dengan variabel Harga (0,417). Hal ini menunjukkan bahwa Cita Rasa merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan dalam membentuk kepuasan konsumen di Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Berdasarkan pengujian hipotesis parsial (Uji t) pada Tabel 4.13, nilai t hitung untuk variabel Cita Rasa tercatat sebesar 11,724, yang jauh melampaui nilai t tabel sebesar 1,985 ($11,724 > 1,985$). Tingkat signifikansinya adalah 0,001, yang jauh di bawah nilai signifikansi standar yaitu 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Cita

Rasa berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo dinyatakan diterima.

Meskipun demikian, terdapat temuan riset lain yang memiliki arah bertolak belakang dengan hasil ini, yaitu penelitian Menurut Arifin et al. (2019) yang berpendapat bahwa pada industri kopi kekinian, kepuasan konsumen tidak lagi digerakkan oleh cita rasa produk, melainkan oleh faktor suasana kedai dan kenyamanan fasilitas pendukung. Menurut Putra dan Rahmawati (2024) yang mengemukakan bahwa kualitas sensorik rasa tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan apabila pasar didominasi oleh kelompok konsumen yang hanya peduli terhadap porsi besar dengan harga yang sangat murah.

Cita rasa menjadi variabel dengan kontribusi paling dominan karena produk utama yang ditawarkan oleh objek penelitian adalah kopi sebuah komoditas yang dinikmati secara sensorik dan subjektif. Konsumen kedai kopi, terlepas dari latar belakangnya, mencari kepuasan dari cita rasa racikan kopi itu sendiri. Meskipun Kedai Kopi Evolusi sempat menghadapi tantangan fluktuasi rasa berdasarkan sentimen Google Maps, persepsi mayoritas responden yang melakukan kunjungan minimal dua kali menunjukkan bahwa ketika barista berhasil menyajikan cita rasa yang konsisten dan karakter rasa kopi yang jelas seimbang pahit-asamnya, kepuasan konsumen meningkat secara drastis. Kualitas produk fisik yang unggul adalah fondasi fundamental yang tidak bisa digantikan oleh faktor estetika lainnya.

3. Pengaruh Harga dan Cita Rasa secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo

Melalui model analisis regresi linear berganda, hubungan fungsional yang menyinergikan variabel Harga (X_1) dan Cita Rasa (X_2) secara simultan (bersama-sama) diuji signifikansinya terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji statistik F yang terangkum pada Tabel 4.14, diperoleh nilai F hitung sebesar 143,359. Angka ini jauh melebihi ambang batas kritis F tabel sebesar 3,09 ($143,359 > 3,09$) dengan nilai signifikansi model sebesar 0,001 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 ($0,001 < 0,05$). Temuan statistik ini secara mutlak mendukung hipotesis ketiga (H_3) diterima, yang berarti variabel Harga dan Cita Rasa secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo.

Keandalan model regresi ini diperkuat oleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) pada Tabel 4.15. Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah 0,750. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi gabungan variabel Harga dan Cita Rasa mampu menjelaskan variasi perubahan tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 75,0%. Sementara sisa variasi sebesar 25,0% lainnya dijelaskan oleh variabel-variabel eksternal lain di luar cakupan model penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, keramahan staf, kenyamanan lokasi, atau desain interior kedai.

KESIMPULAN

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $12,147 > t$ tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$.
2. Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar 11,724 $> t$ tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Harga dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Evolusi Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari hasil f hitung sebesar 143,359 $> f$ tabel 3,09 dan nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*, 1(3), 120-130.
- Anam, H., Suhaety, Y., & Rubiyanti, D. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1264-1276.
- Anninshia, F. B., & Soekarno, M. (2018). Pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan konsumen di Jade Lounge Swiss Belresidences Kalibata Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 4(1), 1-10.
- As' Ad, M. H., Aji, M., & Murti, J. (2020). Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen kedai kopi modern di Bondowoso. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(2), 182-199.
- Asbar, Y., & Saptari, M. A. (2017). Analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode PIECES. *Jurnal visioner & strategis*, 6(2).
- Azizi, E. S. (2023). Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional dalam 3 Dekade Terakhir. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 3(1), 45-59.
- Harahap, D. R. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffe shop Karakter Kopi Rantauparat* (Doctoral dissertation, Universitas Labuhanbatu).
- Ibnu, M., & Rosanti, N. (2022). Tren produksi dan perdagangan negara-negara produsen kopi terbesar di dunia dan implikasinya bagi Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(2).
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai kopi sebagai ruang publik: Studi tentang gaya hidup masyarakat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 18-20.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal Manajemen*, 1(2).

- Murdjono, Y. H., Aribowo, H., & Jondar, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 575-588.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Customer Experience, Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Bekasi Barat. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(10), 4224-4234.
- Nurdianingrum, A., & Sarah, S. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Fore Coffee Kota Bandung. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5842-5851.
- Nurhilaludin, M., & Susanti, N. (2025). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Ling Bintaro Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(12), 478-488.
- Permata, G., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mekar Sari di Kabupaten Trenggalek. *Journal of Management and Creative Business*, 2(2), 83-102.
- Rahakbauw, O. D., & Nugraha, R. (2024). Analisis Pengaruh Harga (Price), Suasana Toko (Store Atmosphere), Dan Cita Rasa (Taste) Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kopi Seduh Pesanggrahan Jakarta Selatan. *Management Research and Business*, 2(1), 69-88.
- Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*, 1(3), 120-130.
- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian pembandingan preferensi konsumen pada dua kedai kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *Agrovital Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- Simbolon, P., Lubis, J., & Ritonga, M. (2024). PengARUH Cita rasa, Harga, Store Atsmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 2203-2213.
- Susanti, R. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(03).
- Widagdo, N. O., Nuraini, C., & Mamoen, M. I. (2022). Tingkat kepuasan konsumen kedai kopi di Kota Tasikmalaya. *Agribusiness System Scientific Journal*, 2(1).