



## Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi Di Kabupaten Kepahiang

### The Influence Of Price And Product Quality On The Business Success Of Coffee Traders In Kepahiang Regency

Sidik Maulana <sup>1)</sup>; Nirta Vera Yustanti <sup>2)</sup>; Kimas Kurniawan Tando Agung <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [sidikmaulana467@gmail.com](mailto:sidikmaulana467@gmail.com)

#### How to Cite :

Maulana, S., Yustanti, N, V., Agung, K, K, T. (2026). The Influence Of Price And Product Quality On The Business Success Of Coffee Traders In Kepahiang Regency. Jurnal Pakar Manajemen. 2(2).

#### ARTICLE HISTORY

Received [05 Desember 2025]

Revised [26 Februari 2026]

Accepted [03 Maret 2026]

#### KEYWORDS

Price, Product Quality, Business Success.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang". Latar belakang penelitian ini didasari oleh peran strategis Toke Kopi (pedagang pengumpul kopi) sebagai penghubung antara petani kopi dan pedagang besar di Kabupaten Kepahiang, yang merupakan salah satu sentra produksi kopi di Provinsi Bengkulu. Meskipun harga dan kualitas produk dianggap sebagai faktor penting dalam keberhasilan usaha, kenyataannya banyak Toke Kopi yang mengalami stagnasi bahkan kegagalan. Hal ini mendorong peneliti untuk menganalisis sejauh mana harga dan kualitas produk memengaruhi keberhasilan usaha mereka. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keberhasilan usaha Toke Kopi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan populasi sebanyak 75 Toke Kopi aktif. Sampel diambil menggunakan teknik sampling jenuh sebanyak 43 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Uji F menunjukkan nilai F sebesar 697.790 dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.972, yang berarti 97.2% variasi keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk. Artinya, keberhasilan usaha Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang secara dominan dipengaruhi oleh kombinasi strategi harga yang tepat dan pemeliharaan kualitas produk yang tinggi.

#### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of price and product quality on the business success of coffee traders (Toke Kopi) in Kepahiang Regency, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative method with an associative-causal approach. The study population consisted of 75 active coffee traders, and a sample of 43 respondents was taken using a saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires and then analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results show that partially, price and product quality have a positive but not significant effect on business success. Simultaneously, the two variables also do not have a significant effect, with a significance value of  $0.067 > 0.05$  and a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 12.6%. This indicates that 87.4% of other variables outside the study also influence business success, such as capital, marketing networks, and relationships with farmers. This study concludes that price and product quality are not yet the primary factors determining the business success of coffee traders in Kepahiang Regency.*

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu tanaman terpenting Indonesia & memainkan peran penting dalam perekonomian negara, selain sebagai sumber devisa & tenaga kerja. Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia, setelah Brasil, Vietnam, & Kolombia.(Perkebunan, 2021)Daerah Bengkulu merupakan salah satu daerah yg memiliki potensi produksi kopi Robusta paling besar, sedangkan Kabupaten Kepahiang merupakan sentra produksi kopi dengan luas areal mencapai beberapa ribu hektar & dihuni oleh ribuan keluarga petani.

Pedagang kopi, juga dikenal sebagai perantara, memainkan peran penting dalam rantai pasok kopi, dari perkebunan hingga konsumen akhir. Mereka menghubungkan produsen & pedagang grosir, membeli biji kopi kering dari produsen & menjualnya kembali ke pedagang grosir. Kehadiran pembeli kopi sangat penting bagi produsen dengan akses pasar yg terbatas, terutama karena kurangnya informasi harga. Namun, tidak semua pedagang berhasil. Beberapa mengalami pertumbuhan pesat, sementara banyak yg stagnan & bangkrut.

Keberhasilan suatu bisnis tidak terlepas dari berbagai faktor yg menentukannya.(Kotler & Keller, 2022)Harga & kualitas produk merupakan dua elemen fundamental dari strategi pemasaran yg sangat memengaruhi kesuksesan perusahaan. Harga mencerminkan jumlah yg bersedia dibayar konsumen untuk suatu produk atau jasa. Dalam bisnis kopi, penentuan harga beli oleh produsen & harga jual oleh pedagang grosir sangat penting bagi profitabilitas & kelangsungan bisnis jangka panjang. Harga yg terlalu tinggi mengurangi keuntungan, sementara harga yg terlalu rendah bisa merusak kepercayaan produsen & mengurangi pasokan kopi.

Selain harga, kualitas produk sangat penting bagi kesuksesan sebuah kedai kopi. Kualitas kopi yg dibeli bergantung pada beberapa faktor, seperti ukuran biji kopi, kadar air, kemurnian, & tingkat ketidaksempurnaan. Kopi berkualitas tinggi dijual lebih mudah & dengan harga lebih tinggi, sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan. Studi menunjukkan...(Sudarman dkk., 2021)Kualitas produk memiliki dampak positif terhadap keberhasilan usaha kecil & menengah. Produsen yg berhasil mempertahankan & meningkatkan kualitas kopi mereka lebih kompetitif di pasar.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan dampak harga & kualitas produk terhadap kesuksesan komersial di berbagai sektor. Salah satu pelajaran yg dipetik dari pengalaman(Anggreeni & Sulistyovati, 2020)Studi menunjukkan bahwa harga & kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan & kesuksesan usaha kecil & menengah. Studi serupa juga telah mencapai kesimpulan serupa.(Wahuni & Sunarto, 2022)Strategi penetapan harga & kualitas produk telah terbukti berdampak positif terhadap kinerja perusahaan perdagangan produk pertanian. Namun, penelitian tentang pengaruh harga & kualitas produk terhadap kesuksesan restoran, khususnya di Kabupaten Kepahiang, masih terbatas.

Kabupaten Kepahiang memiliki sistem pemasaran kopi yg unik di mana para pedagang sangat memperhatikan harga & kualitas. Kondisi geografis, sistem, & hubungan antara produsen & pedagang kopi berbeda dengan wilayah lain. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari pengaruh harga & kualitas terhadap keberhasilan pedagang kopi di Kabupaten Kepahiang. Hasil studi ini bertujuan untuk memberikan informasi & rekomendasi kepada para pedagang untuk meningkatkan usaha mereka, sekaligus membantu pemerintah daerah dalam mengembangkan strategi untuk memajukan sektor kopi.

## LANDASAN TEORI

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan yang direncanakan & dijalankan oleh perusahaan. Pelaksanaannya membutuhkan perencanaan yg matang & keterampilan teknis. Pemasaran memainkan peran penting dalam operasional bisnis, terutama dalam mengembangkan produk baru, menentukan pangsa pasar, & mendistribusikan produk kepada pelanggan.

Menurut Cottier & Keller (2017: 6), manajemen penjualan adalah sekelompok tujuan pemasaran yg dirancang untuk menarik, mempertahankan, & menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan & memberikan penjualan yg tinggi.

Menurut Tjiptono (2016: 63), manajemen pemasaran mengacu pada bagaimana suatu perusahaan menjalankan aktivitasnya dengan mempersiapkan, mengidentifikasi, & mempromosikan produk, layanan, & idenya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Di sisi lain, Assauri (2018: 12) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai serangkaian tindakan yg bertujuan untuk menciptakan, mempersiapkan, & menerapkan strategi yg digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba.

Berdasarkan tiga pernyataan yg didefinisikan oleh para ahli tertentu, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yg diterapkan pada suatu perusahaan untuk mengelola bisnisnya



melalui proses perencanaan, penerapan, & pengelolaan proyek yg bertujuan untuk menciptakan ide-ide pemasaran.

### **Harga**

Penetapan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan pemasaran & penjualan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2021) Harga berkaitan dengan jumlah uang yg dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai yg dibayarkan pelanggan atas manfaat yg terkait dengan perolehan atau penggunaan barang atau jasa tersebut. Dalam sektor kopi, harga terdiri dari dua elemen: harga beli dari produsen & harga jual dari pedagang grosir.

(Tiptono, 2020) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lain yg digunakan untuk mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga secara langsung memengaruhi laba perusahaan karena menentukan jumlah keuntungan yg diperoleh dari penjualan produk.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk sangat penting untuk kepuasan pelanggan & keberhasilan bisnis. (Kotler & Keller, 2022) Kualitas suatu produk mengacu pada kemampuannya untuk menjalankan fungsinya, termasuk keandalan, daya tahan, keakuratan, kemudahan penggunaan & perbaikan, & kualitas lainnya.

(Tjiptono & Chandra, 2020) Kualitas produk didefinisikan sebagai kualitas produk, layanan, personel, proses, & lingkungan yg memenuhi atau melampaui harapan. Kualitas produk yg tinggi meningkatkan kepercayaan pelanggan & mendorong persaingan.

### **Keberhasilan Usaha**

Keberhasilan komersial merupakan tujuan yg diperjuangkan setiap pengusaha. (Suryana, 2021) Keberhasilan komersial ditentukan oleh tercapainya tujuan yg ditetapkan oleh perusahaan & bisa diukur menggunakan berbagai indikator, seperti pertumbuhan penjualan, profitabilitas, perluasan pasar, & keberlanjutan bisnis jangka panjang.

(Suci, 2020) Ia menjelaskan bahwa kesuksesan sebuah perusahaan bergantung pada kemampuannya mencapai tujuan jangka pendek & jangka panjangnya. Keberhasilan ini tidak hanya diukur dari indikator finansial, tetapi juga faktor non-finansial, seperti kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan, & kualitas hubungan dengan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Validitas hasil penelitian ditentukan ketika terdapat kesesuaian antara data yg dikumpulkan & data yg tersedia daring (Sugiyono, 2018: 76). Perangkat lunak SPSS (Statistical Product and Service Solutions) digunakan untuk analisis. Keaslian hasil bisa diverifikasi dengan menganalisis korelasi antara hasil setiap kuesioner & hasil yg diukur menggunakan koefisien korelasi Pearson. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas yakni :

1. Jika  $r$  hitung positif &  $r_{hitung} > r_{tabel}$  Maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$  Maka variabel tersebut tidak valid.

### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas suatu instrumen bisa diuji secara eksternal maupun internal. Uji eksternal bisa dilakukan dengan uji ulang, uji perbandingan, atau kombinasi keduanya. Reliabilitas internal ditentukan dengan memeriksa konsistensi isi instrumen menggunakan metode tertentu (Sugiyono, 2018: 87). Untuk menilai reliabilitas kuesioner yg digunakan, analisis reliabilitas dilakukan berdasarkan koefisien alfa Cronbach. Koefisien ini menggambarkan korelasi skala yg dihasilkan dengan semua skala pengukuran yg tersedia, dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi yg bisa diterima. Nilai alfa yg lebih besar dari 0,60 dianggap reliabel, sedangkan nilai yg kurang dari 0,70 dianggap tidak reliabel (Sugiyono, 2018: 87).

### **Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan keakuratan prediksi & mengidentifikasi pengaruh signifikan antara variabel independen ( $X_1$  &  $X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Toke

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

a = Nilai Konstanta

e = Error

Jenis analisis regresi berganda ini menentukan pengaruh korelasi setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kekuatan pengaruh setiap variabel independen bisa diperkirakan dengan mengekstrak koefisien regresi parsial b.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan varians variabel dependen. Nilainya berkisar antara nol hingga satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yg rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya menjelaskan sebagian varians variabel dependen. Nilai yg mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yg dibutuhkan untuk memprediksi varians variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Harga ( $X_1$ )

No	Item Pertanyaan	Nilai Korelasi (r hitung)	r Tabel	Keterangan
<b>Keterjangkauan Harga</b>				
1	X1.1	0.618	<b>0,3008</b>	Valid
2	X1.2	0.647	<b>0,3008</b>	Valid
3	X1.3	0.627	<b>0,3008</b>	Valid
<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas</b>				
4	X1.4	0.601	<b>0,3008</b>	Valid
5	X1.5	0.552	<b>0,3008</b>	Valid
<b>Daya Saing Harga</b>				
6	X1.6	0.627	<b>0,3008</b>	Valid
7	X1.7	0.517	<b>0,3008</b>	Valid
<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b>				
8	X1.8	0.699	<b>0,3008</b>	Valid
9	X1.9	0.715	<b>0,3008</b>	Valid
10	X1.10	0.621	<b>0,3008</b>	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas variabel "Harga" ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa untuk semua kriteria & dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) serta total 43 responden, koefisien korelasi (r) lebih besar daripada nilai acuan (0,3008). Koefisien korelasi (r) untuk setiap uji penilaian berkisar antara 0,517 hingga 0,715, yg menunjukkan bahwa semua kriteria memiliki hubungan yg kuat terhadap laju perubahan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, semua ekspresi variabel "dasar" ( $X_1$ ) dianggap valid karena memenuhi nilai harapan:  $r > r_{\text{tabel}}$ . Hal ini menunjukkan bahwa bahasa apa pun yg digunakan oleh peneliti memungkinkan parameter variabel "harga" diukur secara akurat & tepat.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ )

No	Item Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keterangan
<b>Keandalan (Reliability)</b>				
1	X1.1	0,713	0,3008	Valid
2	X1.2	0,645	0,3008	Valid
3	X1.3	0,572	0,3008	Valid



<b>Kesesuaian Spesifikasi</b>				
4	X1.4	0,639	0,3008	Valid
5	X1.5	0,717	0,3008	Valid
6	X1.6	0,503	0,3008	Valid
7	X1.7	0,636	0,3008	Valid
<b>Daya Tahan</b>				
8	X1.8	0,700	0,3008	Valid
9	X1.9	0,629	0,3008	Valid
10	X1.10	0,691	0,3008	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

**Tabel 3. Uji Validitas Keberhasilan Usaha (Y)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keterangan
<b>Pertumbuhan Penjualan</b>				
1	Y1	0,713	0,3008	Valid
2	Y2	0,645	0,3008	Valid
<b>Profitabilitas</b>				
3	Y3	0,572	0,3008	Valid
4	Y4	0,639	0,3008	Valid
<b>Pertumbuhan Modal</b>				
5	Y5	0,717	0,3008	Valid
6	Y6	0,503	0,3008	Valid
<b>Kerberlanjutan Usaha</b>				
7	Y7	0,636	0,3008	Valid
8	Y8	0,700	0,3008	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>				
9	Y9	0,629	0,3008	Valid
10	Y10	0,691	0,3008	Valid

Berdasarkan Tabel, validasi variabel "Keberhasilan Bisnis" (Y) menunjukkan bahwa semua item dalam pernyataan, dengan tingkat signifikansi 5% & total 43 responden, memiliki koefisien korelasi (r) yg lebih besar daripada nilai yg ditabulasi (0,304). Koefisien korelasi tertinggi terdapat pada Y5 (0,717) & terendah pada Y6 (0,503).

Oleh karena itu, semua item dicantumkan dalam bahasa masing-masing, karena mematuhi prinsip "r numerik > r tabular". Ini berarti bahwa setiap item, dalam bahasa ini, memungkinkan pengukuran variabel "kepentingan komersial" yg akurat. Hasil ini menunjukkan validitas instrumen yg digunakan dalam penelitian & memungkinkan kami untuk melanjutkan ke tahap uji reliabilitas.

**Uji Reliabilitas**

Metode pengambilan keputusan yg digunakan untuk uji reliabilitas adalah ambang batas 0,60. Dengan kata lain, suatu item dianggap reliabel jika koefisien alfa Cronbach-nya lebih besar dari 0,60. Prosedur pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut: jika alfa Cronbach ( $\alpha$ ) kurang dari 0,60, instrumen tersebut dianggap tidak reliabel; jika lebih besar dari 0,60, instrumen tersebut dianggap reliabel.

Berdasarkan hasil pencarian yg diperoleh dengan SPSS, ditentukan alpha Cronbach ( $\alpha$ ), seperti yg terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 4 Reliabilitas variabel Harga, Kualitas Produk, & Keberhasilan Usaha**

No.	Butir Pernyataan	Hasil Alpha (a) Cronbach	Alpha (a) Cronbach	Keterangan
1	X <sub>1</sub>	0,812	0,60	Realibel
2	X <sub>2</sub>	0,829	0,60	Realibel
3	Y	0,839	0,60	Realibel

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga (X<sub>1</sub>) & kualitas produk (X<sub>2</sub>) terhadap keberhasilan komersial (Y).

**Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	34.506	.288		119.787	.000
	Harga	.194	.006	.881	31.293	.000
	Kualitas Produk	.033	.004	.233	8.291	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

**Koefisien Determinasi (R square)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) memungkinkan kita untuk menentukan kontribusi setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien R<sup>2</sup> bisa dinyatakan dengan rumus berikut:

**Tabel 6. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 <sup>a</sup>	.972	.971	.049

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

**Uji Parsial (Uji t)****Tabel 7. Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	34.506	.288		119.787	.000
	Harga	.194	.006	.881	31.293	.000
	Kualitas Produk	.033	.004	.233	8.291	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Nilai uji-t yg dihitung untuk variabel "Harga" (X<sub>1</sub>) adalah 31,293, sedangkan nilai kritis uji-t, dengan tingkat signifikansi 0,05 (df = 40), adalah 1,68385. Karena nilai uji-t (31,293) lebih besar daripada nilai kritis (1,68385) & tingkat signifikansi (Sig.) kurang dari 0,000, bisa disimpulkan bahwa variabel "Harga" (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif & signifikan terhadap keberhasilan industri kopi di Kabupaten Kepahiang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yg lebih baik berkontribusi pada peningkatan hasil.

Lebih lanjut, perbedaan produk (X<sub>2</sub>) memiliki nilai uji-t sebesar 8,291, lebih tinggi dari nilai 1,68385 yg ditunjukkan pada tabel uji, & tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas

**96** | Sidik Maulana, Nirta Vera Yustanti, Kimas Kurniawan Tando Agung; *The Influence Of Price And Product Quality On The Business...*



produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif & signifikan terhadap kesuksesan perusahaan. Dengan kata lain, peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan berkontribusi pada kesuksesan Toke Kopi.

Oleh karena itu, harga ( $X_1$ ) & kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif & signifikan terhadap kesuksesan komersial ( $Y$ ). Hasil ini konsisten dengan teori Kotler & Keller (2016) yg menunjukkan bahwa harga & kualitas produk merupakan dua pendorong utama kesuksesan komersial, keunggulan kompetitif, & kepuasan pelanggan.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji serupa menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini bisa dilakukan menggunakan tingkat signifikansi (Sig.) yg tertera pada tabel ANOVA. Jika tingkat signifikansi 5%, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak & hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Hipotesis penelitian kemudian dirumuskan.

**Tabel 8. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	3.294	2	1.647	697.790	.000 <sup>b</sup>	
Residual	.094	40	.002			
Total	3.388	42				

a. Dependent Variable: Y1  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

### Pembahasan

Menurut hasil penelitian tentang pengaruh harga & kualitas produk terhadap keberhasilan industri kopi di kabupaten Kepahiang. Hasil analisis regresi, koefisien determinasi, & uji hipotesis menggunakan uji F & uji t bisa dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi, & Pengujian Hipotesis**

Variabel	Nilai Koefisiensi B	R Square	Nilai Sign.	Ket.
Persamaan Regresi : $Y = 34.506 + 0.194X_1 + 0.033X_2 + 0.288$				
Harga ( $X_1$ )	0.194		0.000	Signifikan
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0.033		0.000	Signifikan
Uji F			697.790	Signifikan
Determinasi ( $R^2$ )		0.972		
Konstanta		34.506		

Sumber : Hasil Penelitian, Diolah, 2025.

### Pengaruh Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yg disajikan pada Tabel 15, koefisien regresi untuk variabel "Harga" ( $X_1$ ) adalah 0,194, dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai t hitung ( $31,293 > t = 1,68385$ ) menunjukkan bahwa variabel "Harga" berpengaruh positif & signifikan terhadap keberhasilan industri kopi di Kabupaten Kepahiang. Hasil ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yg baik berkaitan dengan kinerja bisnis yg lebih baik.

Pengamatan ini sejalan dengan pandangan Tiptono (2020) bahwa harga adalah satuan moneter atau satuan ukuran lain yg ditukar dengan perolehan atau penggunaan barang atau jasa. Harga merupakan faktor penentu profitabilitas perusahaan karena memengaruhi tingkat keuntungannya. Bagi sebuah restoran, kemampuan untuk menetapkan harga yg mencerminkan kondisi pasar & biaya produksi sangat penting bagi keberlanjutan & profitabilitasnya.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang

Koefisien regresi untuk variabel "kualitas produk" ( $X_2$ ) adalah 0,033, dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kesuksesan

kedai kopi di Kabupaten Kepahiang. Semakin tinggi kualitas produk yg ditawarkan, semakin sukses pula pelanggan kedai kopi tersebut.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono & Chandra (2020), yang berpendapat bahwa kualitas produk merupakan faktor penentu yg mencakup produk, layanan, karyawan, proses, & lingkungan, serta memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Di sektor kopi, produk berkualitas tinggi menghasilkan kepercayaan & kepuasan pelanggan yg lebih besar, serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan.

Di Provinsi Kepahiang, kualitas kopi bergantung pada kualitas biji kopi yg dipanen & dijual kepada pedagang grosir & eksportir. Ukuran, kadar air, kemurnian, warna, aroma, & persentase cacat merupakan indikator utama kualitas ini. Semakin rendah persentase cacat & semakin besar serta berwarna biji kopi, semakin tinggi pula harga kopi tersebut.

Kualitas produk identik dengan keandalan & perhatian terhadap detail, sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono & Chandra (2020). Merek kopi yg mempertahankan kualitas yg konsisten dalam jangka panjang akan mendapatkan kepercayaan konsumen & keunggulan kompetitif di pasar. Lebih lanjut, umur simpan sangat penting untuk menjaga kualitas biji kopi selama penyimpanan & distribusi.

Oleh karena itu, hasil studi ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis toke-kopi di Kabupaten Kepahiang. Kepuasan pelanggan tidak selalu meningkatkan kualitas & berkaitan erat dengan reputasi serta daya saing perusahaan di pasar yg kompetitif.

### **Pengaruh Harga & Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, persamaan regresi disajikan pada Tabel 15:

$$Y = 34.506 + 0.194X_1 + 0.033X_2 + 0.288$$

Hasil ini menunjukkan bahwa dua variabel bebas, harga ( $X_1$ ) & kualitas produk ( $X_2$ ), berpengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis ( $Y$ ). Kesimpulan ini didukung oleh tingkat signifikansi kedua variabel ( $p < 0,05$ ) & hasil uji F. Nilai F, yg diperkirakan sebesar 697,790 dengan tingkat signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa harga & kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan bisnis usaha makanan di Kabupaten Kepahiang. Lebih lanjut, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,972 menunjukkan bahwa 97,2% varians dalam variasi kesuksesan bisnis dijelaskan oleh kedua variabel ini, sedangkan 2,8% sisanya terkait dengan faktor lain yg tidak termasuk dalam model ini.

Hasil ini menunjukkan bahwa kesuksesan bisnis kopi sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menawarkan harga yg kompetitif & menjamin kualitas produk. Pemilik kedai kopi bisa menggabungkan harga yg menarik dengan biji kopi berkualitas tinggi agar lebih kompetitif di pasar lokal & dalam jaringan distribusi mereka.

Pengamatan ini sejalan dengan temuan Suchi (2020), yg menjelaskan bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya bergantung pada sumber daya finansial tetapi juga sumber daya non-finansial, seperti kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan, & kualitas hubungan dengan pelanggan. Dalam kasus produsen kopi di Kabupaten Kepahiang, kesuksesan ditunjukkan oleh kemampuan mereka untuk memelihara & mengembangkan jaringan distribusi, menghasilkan produk berkualitas, & mempertahankan kepercayaan petani (pemasok) & pedagang grosir (pelanggan).

Menurut Zimmerer dkk. dalam Alma (2021), kesuksesan perusahaan diukur dari pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, keberlanjutan, & kepuasan pelanggan. Bagi Toke Kopi, pertumbuhan penjualan biji kopi & stabilitas pendapatan menunjukkan kebijakan harga yg wajar & manajemen yg efektif. Harga yg mencerminkan kualitas kopi yang ditawarkan membantu membangun loyalitas pelanggan & memperkuat posisi pasar Toke Kopi.

Sebagaimana dijelaskan oleh Arifin (2021) & Susanto dkk. (2022), peran pedagang kopi sangat krusial dalam rantai pasok, terutama dalam proses panen, penyimpanan, pembiayaan, & distribusi. Harga & kualitas produk merupakan faktor utama keberhasilan. Pedagang bisa membeli kopi dari produsen dengan harga kompetitif, memastikan kualitasnya selama penyimpanan, & menjualnya kembali dengan margin keuntungan yg lebih tinggi, sehingga menjamin keberlanjutan bisnis mereka.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Pengaruh Harga terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi Kabupaten Kepahiang  
Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  & nilai uji-t lebih tinggi dari ambang batas (1,68385), yg menunjukkan pengaruh positif & signifikan terhadap aktivitas bisnis. Semakin kompetitif & konsisten harga Toke Kopi dengan kualitas kopinya, semakin menguntungkan & mudah mempertahankan keberadaannya di pasar. Hasil ini sejalan dengan teori Suci (2020) yg menyatakan



- bahwa kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangannya secara efektif merupakan indikator keberhasilan.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kabupaten Kepahiang  
Berdasarkan hasil penelitian, tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  & nilai uji-t yg lebih besar daripada nilai tabel menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan prediktor signifikan terhadap kesuksesan komersial. Kualitas kopi premium, termasuk kuantitas biji, kadar air, aroma, & kemurnian, meningkatkan kepuasan pelanggan & memperkuat reputasi pasar Toke Kopi. Hasil ini mendukung pandangan Tjiptono & Chandra (2020) bahwa kualitas produk memenuhi harapan pelanggan, sehingga membangun kepercayaan & mencapai keunggulan kompetitif.
  3. Pengaruh Harga & Kualitas Produk secara Simultan terhadap Keberhasilan Usaha Toke Kopi Kabupaten Kepahiang  
Uji F menghasilkan nilai F sebesar 697,790 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  & koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,972. Ini berarti 97,2% varians kesuksesan bisnis bisa dijelaskan oleh harga & kualitas produk. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa kesuksesan Toke Kopi di Kabupaten Kepahiang disebabkan oleh kombinasi harga yg wajar & produk berkualitas tinggi. Hasil ini konsisten dengan temuan Zimmerer dkk. (Alma, 2021), yg menunjukkan bahwa kesuksesan bisnis bergantung pada kemampuan wirausahawan untuk terus mengelola faktor internal seperti harga, kualitas, & kepuasan pelanggan.

## Saran

1. Bagi Pelaku Usaha (Toke Kopi)  
Para pedagang kopi didorong untuk memastikan & terus meningkatkan kualitas produk mereka – kemurnian, ukuran biji, kadar air, & aroma – guna menjaga kepercayaan konsumen & memperkuat daya saing mereka. Selain itu, perusahaan wajib menerapkan strategi penetapan harga yg fleksibel & kompetitif dengan mempertimbangkan biaya produksi, tren pasar, & nilai tambah produk mereka. Penting juga bagi mereka untuk berupaya mempertahankan standar tinggi demi pengakuan luas terhadap kopi dari Gubernur Kepahiang.
2. Kepada seluruh pemerintah & otoritas terkait  
Pemerintah daerah perlu mendukung pemilik kedai kopi melalui pelatihan yg diberikan oleh organisasi terkait, terutama di bidang manajemen bisnis, pengendalian mutu, & pemasaran. Kegiatan promosi seperti festival kopi, asosiasi lokal, & promosi merek "Kopi Kepahiang" akan membantu mengembangkan pasar & meningkatkan nilai ekonomi kopi produksi lokal. Lebih lanjut, pengembangan berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan efisiensi & daya saing sektor kopi.
3. Untuk menggali lebih dalam penelitian  
Para peneliti didorong untuk memperluas cakupan studi mereka dengan memasukkan variabel lain, seperti periklanan, produk baru, & loyalitas pelanggan, yg bisa memengaruhi kesuksesan bisnis di Toke Kopi. Selain itu, studi bisa menggunakan metode tradisional atau campuran untuk mengeksplorasi secara mendalam faktor-faktor sosial, budaya, & perilaku yg membentuk keputusan bisnis di sektor kopi. Studi selanjutnya bisa membandingkan Toke Kopi dengan wilayah lain untuk menganalisis perbedaan strategi bisnis & kesuksesan daerah penghasil kopi di Bengkulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). Sebuah usaha untuk pelajar & masyarakat umum. alfabet.
- Anggreni, R. & Sulistiovati, L. (2020). Pengaruh harga & kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap keberhasilan UKM. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 8(2), 156–168.
- Arifin, B. (2021). Sektor Pertanian Indonesia. Pers Universitas Lampung.
- Gozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariat pada IBM SPSS 26 (Edisi ke-10). Pers Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (edisi ke-18). Pendidikan Pearson Terbatas.
- Kotler, P. & Keller, KL (2022). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-16). Pendidikan Pearson Terbatas.
- Perkebunan, DJ (2021). *Sensus Nasional Petani Kelas Atas 2020-2021*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Praitno, A. & Budiman, S. (2020). Peran perantara dalam rantai pasok kopi & dampaknya terhadap mata pencaharian petani di Bengkulu. *Jurnal Pertanian India*, 8(2), 145–160.
- Santoso, S. (2020). *Analisis statistik multivariat menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputer.
- Sekaran, W. & Budji, R. (2020). *Metode Penelitian dalam Administrasi Bisnis: Tinjauan Kompetitif* (edisi ke-8). John Wiley & Putra.

- Suchi, RP (2020). Industri: Konsep & Aplikasi. KOMUNIKASI. Budi Utama.
- Sudarman, S., Akbar, IR & Rahman, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, & promosi terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap keberhasilan usaha kecil & menengah. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 12(3), 267–280.
- Sugiyono, PD (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Metode Penelitian dalam Penelitian Ilmiah (edisi ke-2). alfabet.
- Sunyoto, D. (2021). Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran: Konsep, Prinsip, & Studi Kasus. CAPS (Pusat Layanan Penerbitan Akademik).
- Suryana. (2021). Kewirausahaan: Kiat & Prosedur Menuju Sukses (Edisi ke-5). Salemba Empat.
- Susanto, E., Nugroho, BA & Hidayat, K. (2022). Kajian faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan pemetik kopi di Lampung. *Jurnal Agribisnis*, 10(1), 78–92.
- Tjiptono, F. (2020). Manajemen Pemasaran. Andy Mengimbangi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2020). Pelayanan, Kualitas, & Kepuasan (edisi ke-5). Andy Mengimbangi.
- Wahyuni, S. & Sunarto, H. (2022). Harga & kualitas produk meningkatkan efisiensi perdagangan pertanian. *Jurnal Pemasaran Pangan Indonesia*, 10(1), 45–58.