

The Effect Of Product Quality, Price And Service Quality On Customer Satisfaction At Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim

Kurnia Dwi Ferli ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Yun Fitriano ³⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ kurnia.dwif27@gmail.com

How to Cite :

Ferli, D. K., Soleh, A., Fitriano, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(3). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>

ARTICLE HISTORY

Received [09 Juni 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted [02 Juli 2023]

KEYWORDS

Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction

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



ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil dari produk tersebut dengan harapannya.

Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Pada masa sekarang pemasaran dengan menggunakan peningkatan kualitas produk, Harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini Konsumen, melalui kuesioner yang diberikan. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampling accidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sampel dalam penelitian ini 80 orang Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuisisioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil Penelitian kualitas produk (X1), menunjukkan t hitung sebesar $2.954 > t$ tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan $0,004 <$ dari $0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima. HARGA berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Harga (X2), menunjukkan t hitung sebesar $2.525 > t$ tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan $0,014 <$ dari $0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel harga (X2), menunjukkan t hitung sebesar $2.800 > t$ tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan $0,000 <$ dari $0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima.

ABSTRACT

The research aims to determine the effect of product quality, price and service

quality on customer satisfaction at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. At the present time marketing using product quality improvement, affordable prices and quality service. This study uses quantitative research methods, the population in this study is consumers, through a given questionnaire. The technique in taking the research sample using the accidental sampling technique is a technique of determining a sample based on chance, the sample in this study was 80 customers at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Data collection used instruments in the form of questionnaires and the analytical method used was multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The research aims to determine the effect of product quality, price and service quality on customer satisfaction at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. At the present time marketing using product quality improvement, affordable prices and quality service. This study uses quantitative research methods, the population in this study is consumers, through a given questionnaire. The technique in taking the research sample using the accidental sampling technique is a technique of determining a sample based on chance, the sample in this study was 80 customers at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Data collection used instruments in the form of questionnaires and the analytical method used was multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. Product quality research results (X1), show t count of 2.954 > t table 1.66140 with a significant level of 0.004 < 0.050. So it can be concluded that the variable Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. This means the hypothesis is accepted. PRICE affects Customer Satisfaction. Price variable (X2), shows t count of 2.525 > t table 1.66140 with a significant level of 0.014 < 0.050. So it can be concluded that the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. This means the hypothesis is accepted. Service quality affects customer satisfaction. The price variable (X2), shows t count of 2.800 > t table 1.66140 with a significant level of 0.000 < 0.050. So it can be concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia bisnis berkembang sangat cepat, dengan banyaknya usaha yang bermunculan bidang kuliner. Menyebabkan tingginya tingkat persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan, pengusaha harus cepat dalam mengambil keputusan agar bisnis yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pemilik usaha dituntut harus mampu mempertahankan pasaran dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, pemilik harus mampu memahami kebutuhan dan kemauan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan kemauan pelanggan, maka pelanggan harus membelikan masukan penting bagi pemilik untuk merencanakan strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan mempertahankan pesaing di pasaran.

Rumah makan/ Pondok makan adalah usaha tata boga, yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk menu makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan beli untuk bawa pulang sebagai salah bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya. misalnya rumah makan chinese food, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (fast food restaurant) dan sebagainya.

Pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini di dirikan oleh Bunda Niar sejak tahun 2003. Pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini adalah pondok makan pertama yang miliki oleh Bunda Niar. Karna menurut Bunda Niar usaha ini didirikan atas dasar ekonomi, dan usaha ini juga memiliki omset yang didapat juga cukup besar. Sejak awal berdiri pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini menawarkan Harga yang relatif standar sama seperti rumah

makan pada umumnya. Hanya saja Pondok makan ini lebih mengutamakan pelayanan, rasa dan kebersihannya, dengan itu akan membuat pelanggan tertarik dan memutuskan untuk membeli (sumber: Bunda Niar). Dengan pelayanan yang baik dan prosesnya pun sangat dijaga kebersihannya maka itulah yang membuat masyarakat sekitar memutuskan untuk membeli di pondok Makan Air Nelengau Seginim Bunda Niar. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut (Tjiptono 2016:22) Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang di gunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil dari produk tersebut dengan harapannya. Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat diraih begitu saja, tetapi memerlukan proses yang sangat panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk meyakinkan konsumen setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam mencapai kualitas pelayanan yang optimal, orientasi dunia pemasaran (marketing) telah mengalami perubahan dari produk oriented kepada customer satisfied oriented.

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor pentingnya, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan suatu konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk sangat berpengaruh untuk meyakinkan konsumen melakukan Kepuasan Pelanggan sehingga menimbulkan rasa puas terhadap konsumen atas produk yang dibelinya. Produk yang berkualitas memberikan dampak yang sangat baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan akan mendapatkan tingkat kepuasan maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan.

Menurut (Chandra 2012:299) mengatakan bahwa konsep dan konteks produk bervariasi, mulai dari yang sangat inovatif hingga yang hanya berupa kebaikan suatu revisi minor atas produk yang sudah ada saat ini. Sedangkan menurut (Kotler 2016:37) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Harga

Pengertian Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, Harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk (barang/ jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang

dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Perusahaan harus selalu memonitor keadaan pasar. Dari hasil monitor inilah perusahaan tahu adanya perubahan pasar dan adanya perbedaan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Menurut Kotler (2012:153) menyatakan kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:57) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan dan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas mengenai kualitas pelayanan maka dapat di tarik beberapa pokok pikiran penting yaitu setiap kegiatan / tindakan yang di berikan atau ditawarkan kepada pelanggan pada dasarnya tidak berwujud dan apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan factor yang terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Menurut (Kotler 2012:150) kepuasan konsumen yaitu perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (harapan). Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Dalam penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel (Juliansyah 2011: 38)

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Regresi Linear Berganda, maka dari itu beberapa metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Analisis Instrumen Penelitian

Uji Validitas Uji

Validitas digunakan untuk mengukur kecepatan suatu item dalam kuesioner apakah sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item yang valid ditunjukkan dengan adanya kolerasi yang signifikan antara item terhadap skor total item. Untuk penentuan apakah suatu item layak

digunakan atau tidak, yaitu dengan melakukan uji signifikan koefisien kolerasi pada taraf signifikan terhadap skor total item (Priyatno, 2016:51).

Metode pengujian validitas item pada SPSS yang bias digunakan yaitu dengan metode korelasi pearson. Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item, jika nilai korelasi r hitung $> r$ tabel maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel atau nilai korelasi negative maka item tidak valid.

Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2015:87). Untuk menguji kendala kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien Alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60. Maka dikatakan reliabel dan kalau dibawah 0,60 berarti tidak reliabel (Ghozali, 2015:66).

Uji Asumsi

Uji Asumsi Klasik Mengingat data penelitian yang digunakan adalah data primer, maka untuk memenuhi syarat sebelum melakukan uji hipotesis maka perlu diadakan pengujian sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak, jadi, dalam hal ini yang diuji normalitas nukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai yang dihasilkan dari model regresi. Ada dua cara yang biasa digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu dengan analisis grafik (histogram dan normal P-P plot) dan uji Kolmogorov-Smirnov (Priyatno, 2016:109).

Metode uji normalitas ini dengan menggunakan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ (purnomo, 2016:112). Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi normal. b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar.

Metode Uji Multikolinearitas ini dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation factor (VIF) pada model regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. (Purnomo, 2016:116). Pengujian multikolinearitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka dalam persamaan regresi terdapat masalah atau terjadi multikolinearitas. b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah atau tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Dwi Priyatno, 2016). Uji Heteroskedastisitas ini dengan metode korelasi Spearman's rho yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Purnomo, 2016:129).

Uji Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Uji statistik regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Adapun persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Variabel Kualitas produk

b₂ = Koefisien Variabel Harga

b₃ = Koefisien Variabel Kualitas pelayanan

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Harga

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = Faktor pengganggu

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (goodness of fit). Koefisien determinasi ini mengukur prosentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. Nilai R² mempunyai interval antara 0 sampai 1 (0 < R² < 1). Semakin besar R² (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R square berada diantara 0 – 1, semakin dekat nilai R square dengan 1 maka garis regresi yang digambarkan menjelaskan 100% variasi dalam Y. Sebaliknya, jika nilai R square sama dengan 0 atau mendekatinya maka garis regresi tidak menjelaskan variasi dalam Y. Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya.

Koefisien determinasi memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi di mana setiap penambahan satu variabel bebas dan jumlah pengamatan dalam model akan meningkatkan nilai R² meskipun variabel yang dimasukkan tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan, Adjusted R Square (R² adj). Koefisien determinasi yang telah disesuaikan (R² adj) berarti bahwa koefisien tersebut telah

dikoreksidengan memasukkan jumlah variabel dan ukuran sampel yang digunakan. Dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan maka nilai koefisien determinasi yang disesuaikan itu dapat naik atau turun oleh adanya penambahan variabel baru dalam model.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variable independen, apakah variabel Harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) benar – benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variable dependennya yaitu kepuasan pelanggan (Y). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- 1) $t_{hitung} < t_{table}$, tidak berada secara signifikan maka H_0 diterima
- 2) $t_{hitung} > t_{table}$, berada secara signifikan maka H_0 ditolak

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji koefisien bersama-sama, sehingga nilai dari koefisien regresi tersebut dapat diketahui secara Bersama. Sedangkan Uji F hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabelbebas terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji ketepatan model (goodness of fit). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit. Sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok atau not fit. Adapun cara pengujian dalam uji F ini, yaitu dengan menggunakan suatu table yang disebut dengan Tabel ANOVA (Analysis of Variance) dengan melihat nilai signifikasi ($Sig < 0,05$ atau 5 %).

Jika nilai signifikasi > 0.05 maka H_1 ditolak artinya semua variable independent memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen/terikat. Sebaliknya jika nilai signifikasi < 0.05 maka H_1 diterima ditolak artinya semua variable independent tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen/terikat. Selain itu, dapat juga dilihat dari nilai F hitung dan F tabel. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya di mana F_{tabel} dengan derajat bebas, $df: \alpha, (k-1), (n-k)$. Dimana n = jumlah pengamatan, k = jumlah variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

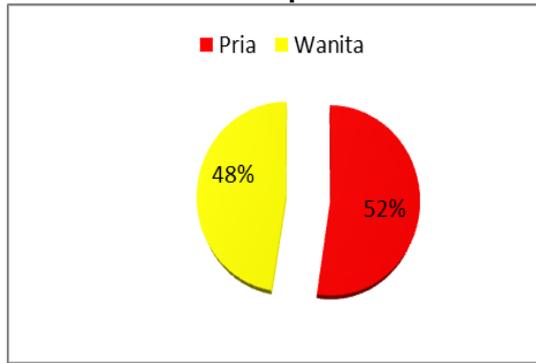
Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli minuman. Berdasarkan data yang diperoleh dari 80 konsumen yang membeli Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim, kuesioner yang diolah, diperoleh informasi mengenai identitas responden, yaitu meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Adapun gambaran mengenai responden secara rinci dapat dilihat pada penjabaran di bawah ini.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dari 80 Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim, dapat dilihat pada grafik dibawah ini :

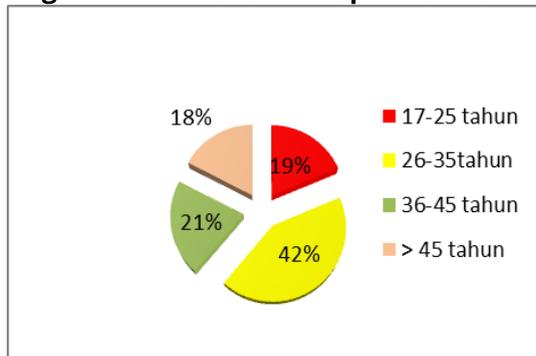
Gambar 1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah wanita yaitu sebanyak 42 orang (52 %) dan pria sebanyak 38 orang (48,2 %) hal ini membuktikan bahwa jumlah responden terbanyak adalah jenis kelamin laki-laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

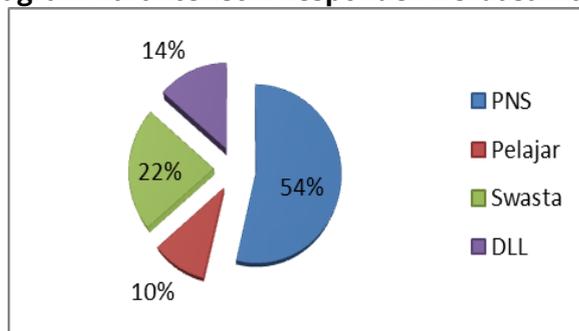
Gambar 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa dari 80 Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim Usia 17-25 tahun sebanyak 15 orang (19 %), Usia 26-35 tahun sebanyak 34 orang (42 %), usia 36-45 tahun sebanyak 17 orang (21 %), Usia > 45 tahun sebanyak 14 orang (18 %).

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa mayoritas dari 80 Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim dengan perkerjaan sebagai PNS sebanyak 43 orang (54 %), perkerjaan sebagai Pelajar sebanyak 11 orang (10 %), Perkerjaan swasta sebanyak 18 orang (22 %) dan perkerjaan dan lain-lain sebanyak 8 orang (14 %).

Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya indikator yang digunakan peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan n -2 sebesar 0,284. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 1 Hasil Uji Validitas indikator penelitian

No	Variabel	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk (X ₁)	1	0.771	0,284	Valid
		2	0.740	0,284	Valid
		3	0.688	0,284	Valid
		4	0.739	0,284	Valid
		5	0.753	0,284	Valid
		6	0.820	0,284	Valid
		7	0.720	0,284	Valid
		8	0.780	0,284	Valid
		9	0.720	0,284	Valid
		10	0.780	0,284	Valid
2	Harga (X ₂)	1	0.811	0,284	Valid
		2	0.780	0,284	Valid
		3	0.778	0,284	Valid
		4	0.786	0,284	Valid
		5	0.433	0,284	Valid
		6	0.704	0,284	Valid
		7	0.688	0,284	Valid
		8	0.811	0,284	Valid
		9	0.780	0,284	Valid
		10	0.739	0,284	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X ₃)	1	0.671	0,284	Valid
		2	0.840	0,284	Valid
		3	0.788	0,284	Valid
		4	0.539	0,284	Valid
		5	0.453	0,284	Valid
		6	0.520	0,284	Valid
		7	0.620	0,284	Valid
		8	0.680	0,284	Valid
		9	0.520	0,284	Valid
		10	0.880	0,284	Valid
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0.696	0,284	Valid
		2	0.820	0,284	Valid
		3	0.720	0,284	Valid
		4	0.645	0,284	Valid
		5	0.760	0,284	Valid
		6	0.677	0,284	Valid
		7	0.625	0,284	Valid
		8	0.633	0,284	Valid

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa dari 38 indikator pada variabel kualitas produk terdapat 10 pertanyaan, variabel harga dengan 10 pertanyaan, variabel kualitas pelayanan terdapat 10 pertanyaan dan variabel kepuasan pelanggan sebanyak 8 pertanyaan memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indikator memiliki nilai r-

hitung > r-tabel. Maka semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan digunakan sebagai alat.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini digunakan tehnik perhitungan reliabilitas koefisien alpha cronbach, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan Harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya. Nilai atasa yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang diterima adalah 0,60 (Ghozali, 2016). Hasil pengujian reliabilitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2 Uji Reliabelitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Cut Of Value	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0.736	0.60	Realibel
Harga (X ₂)	0.776	0.60	Realibel
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0.816	0.60	Realibel
Kepuasan Pelangan (Y)	0.752	0.60	Realibel

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada tabel 2 diketahui bahwa seluruh koefisien Alpha Cronbach variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,60 yang berarti bahwa seluruh instrumen penelitian (andal). Pada variabel kualitas produk nilai Cronbach's Alpha adalah 0,736, pada variabel harga nilai Cronbach's Alpha adalah 0,776, pada variabel kualitas produk nilai Cronbach's Alpha adalah 0,816, pada variabel kepuasan pelanggan nilai Cronbach's Alpha adalah 0,776.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang dilakukan dalam penelitian. Uji ini dilakukan dengan harapan untuk mendapatkan model analisis yang tepat dan dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan metode Regresi. Model persamaan regresi yang baik, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

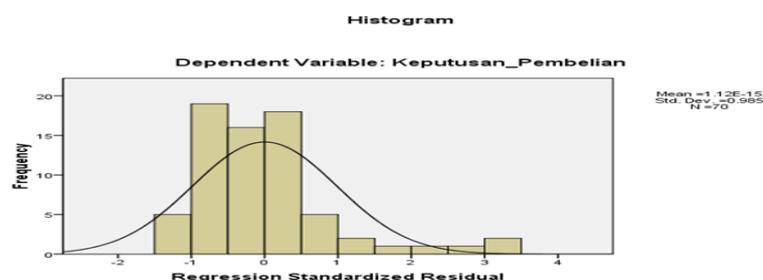
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016:160). Dasar pengambilan keputusan:

a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Data hasil pengujian dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4 Histogram Hasil Uji Normalitas antara variabel Kualitas produk (X1), Harga (X2) dan kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelangan (Y)

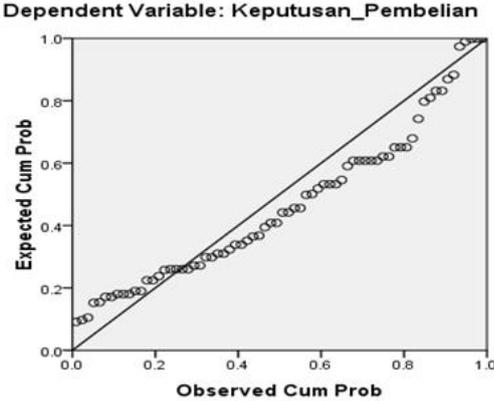


b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016:163).

Data hasil pengujian dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 5 P-P Plot Uji Normalitas Hasil Uji Normalitas antara variabel Kualitas produk (X1), Harga (X2) dan kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Grafik Histogram dan pp-plot di atas mempertegas bahwa model regresi yang diperoleh berdistribusi normal, dimana sebaran data berada disekitar garis diagonal. Pola histogram tampak mengikuti kurva normal begitu juga dengan hasil uji pp-plot, meskipun ada beberapa data yang nampak outlier, namun secara garis besar distribusi data mengikuti kurva normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:105). Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation model (VIF). Jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut (Ghozali, 2016:105-106). Hasil pengujian multikolinieritas sebagai berikut.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X ₁)	0.895	1.580	Bebas Multikolinieritas
Harga (X ₂)	0.895	1.580	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0.895	1.580	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21, 2023

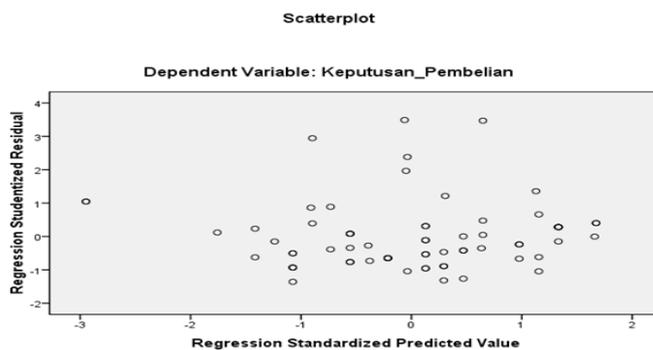
Uji multikolinieritas dapat dilihat dari Tolerance Value dan Variance Inflation (VIF). Variabel kualitas produk Tolerance Value adalah 0.895 dan Variance Inflation (VIF) 1.580, Variabel kualitas produk Tolerance Value adalah 0.895 dan Variance Inflation (VIF) 1.580, Variabel harga Tolerance Value adalah 0.895 dan Variance Inflation (VIF) 1.580, Variabel kualitas produk Tolerance Value adalah 0.895 dan Variance Inflation (VIF) 1.580, Variabel kualitas pelayanan Tolerance Value adalah 0.895 dan Variance Inflation (VIF) 1.580. Berdasarkan tabel di atas, disimpulkan bahwa nilai pada

variabel (X), memiliki nilai tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model persamaan regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:139). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Hasil Uji Heterokedastisitas antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)



Dari gambar 6 scatterplot diketahui bahwa scatterplot membentuk titik-titik yang menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan pengujian uji kualitas data dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel valid dan reliabel, maka tahapan selanjutnya melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi linier berganda. Model ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut ini :

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.747	1.820		5.356	.000
Kualitas Produk	.897	.304	.495	2.954	.004
Harga	.832	.329	.423	2.525	.014
Kualitas Pelayanan	.829	.321	.482	2.800	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 6 di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 9.747 + 0.897 X1 + 0.832 X2 + 0.829 X3 + 1.820$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Jika variabel X1 Kualitas Produk, variabel X2 Harga dan kualitas pelayanan (X3)= 0. Maka besar variabel Y Kepuasan Pelanggan sebesar 9.747.
2. Koefisien regresi Kualitas Produk X1 sebesar 0.897 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Produk dapat meningkatkan nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 0.897, dengan asumsi jika variabel Harga X2 dan kualitas pelayanan X 3 tetap.
3. Koefisien regresi Harga sebesar 0.832 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Harga dapat meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.832, dengan asumsi jika variabel Kualitas Produk X1 dan X 3 kualitas pelayanan tetap.
4. Koefisien regresi Harga sebesar 0.829 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Harga dapat meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.829, dengan asumsi jika variabel Kualitas Produk X1 dan X 2 kualitas pelayanan tetap.

Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 5 Korelasi Berganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistik				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig.F Change
1	.907 ^a	.822	.817	2.38622	.822	19.311	2	81	0,000

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

Berdasarkan tabel 5 model summary diketahui korelasi berganda diketahui besarnya hubungan antara variabel kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan (secara simultan) terhadap Kepuasan Pelanggan yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,907, hal ini menunjukkan pengaruh yang korelasi sangat kuat. Sedangkan kontribusi atau sumbangan secara simultan variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 82,2 % sedangkan 17,8 % ditentukan atau berhubungan dengan variabel lain.

Berdasarkan tabel model summary diperoleh nilai probabilitas (Sig. F Change) = 0,000. Karena nilai Sig. F Change 0,000 < 0,05, maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima artinya kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan dan signifikan berhubungan terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien Determinasi (R2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat tabel 7 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0.822. Ini menunjukkan pengaruh dari variabel (x) terhadap variabel (y) sebesar 0.822 atau 82.2 %. Selebihnya 17.8 % ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Dengan Uji t (parsial)

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6 Hasil Uji Statistik t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.747	1.820		5.356	.000
Kualitas Produk	.897	.304	.495	2.954	.004
Harga	.832	.329	.423	2.525	.014
Kualitas Pelayanan	.829	.321	.482	2.800	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 6 di atas dapat diartikan bahwa:

- Hipotesis pertama adalah kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel kualitas produk (X1), menunjukkan t hitung sebesar 2.954 > t tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan 0,004 < dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima.
- Hipotesis kedua adalah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Harga (X2), menunjukkan t hitung sebesar 2.525 > t tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan 0,014 < dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima.
- Hipotesis ketiga adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel harga (X2), menunjukkan t hitung sebesar 2.800 > t tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan 0,000 < dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima.

Uji Hipotesis Dengan Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut.

Tabel 7 Uji Statistik F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
1 Regression	1765.086	2	882.543	154.995	3.090	.000 ^a
Residual	381.500	93	5.694			
Total	2146.586	95				

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,050 dan Fhitung Lebih besar dari Ftabel, 154.995 > 3.090, dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Kualitas Produk, variabel Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis terbukti, yaitu variabel Kualitas Produk, Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Hal ini berarti hipotesis diterima. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012:144) bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, semakin tinggi tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam memuaskan konsumen maka akan menyebabkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pula, Harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen, apabila harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha tidak sesuai dengan manfaat produk atau jasa maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha sesuai dengan manfaat produk atau jasa maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Tjiptono,2012:167). Hasil penelitian ini sejalan dengan kedua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puri (2016) dan Sukmawati (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Kedua penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Rabiah tahun 2020, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, jadi sama dengan yang peneliti lakukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nesmilo Samarinda. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang penulis paparkan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Nesmilo Samarinda. Hasil penelitian ini sejalan dengan ketiga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puri (2016) dan Sukmawati (2017) dengan judul Pengaruh

Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, serta Putri (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Ketiga penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, jadi sama dengan yang peneliti lakukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Hal ini berarti hipotesis diterima. Artinya bahwa, semakin harga kompetitif dan terjangkau ini akan semakin baik dampaknya bagi pemasaran produk itu sendiri. Dengan semakin seringnya pelanggan berbelanja dengan harga yang terjangkau terhadap suatu produk maka kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim juga akan meningkat.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Rahmawati 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul jurnal "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Yogyakarta". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa

Universitas Yogyakarta. Berdasarkan temuan masalah di atas, maka penulis tertarik untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan, parsial dan dominan terhadap kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan, Hasil penelitian ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:154) kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen, semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen sesuai atau bahkan melampaui harapan konsumen, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kedua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puri (2016) dan Sukmawati (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Kedua penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan dalam penelitian ini harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim, yang artinya bahwa semakin baik kualitas produk maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim, yang artinya bahwa terjangkaunya harga suatu produk maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim bahwa semakin baik kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan semakin banyak masyarakat atau konsumen yang membicarakan keunggulan suatu produk maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Saran

1. Pada variabel kualitas produk, disarankan pada pihak Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim untuk setidaknya memasang beberapa spanduk ditempat-tempat yang strategis, misalnya saja dibeberapa lampu merah atau jalan-jalan utama agar dapat memperkenalkan kualitas produk yang dimiliki dengan mempertahankan rasa dan citra tampilan makanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pada variabel Harga, disarankan pada pihak Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim untuk membuat sebuah terobosan baru guna menciptakan loyalitas pelanggan agar para pelanggan yang pernah mau merekomendasikan produk yang mereka pernah pakai/konsumsi tentunya dengan harga yang terjangkau.
3. Bagi peneliti yang akan datang, disarankan untuk mencari faktor-faktor lain jika ingin meneliti tentang Kepuasan Pelanggan, serta disarankan untuk dapat menambah jumlah sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah., Siburian, P. S., Z, A. S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Vol. 13, (2), 2016 ISSN print : 1907-3011, ISSN online: 2528-1127.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sayuran Hidroponik. *Jurnal Agrimas* April 2017, vol. 1 no. 1.
- Himawan, B., Sumaryanto., Susanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* vol. 16 no. 3 September 2016: 346-353.
- Keller.(2012), Indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan Edisi 153
- Khakim, L., Fathoni, A., Minarsih, M. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Jurnal Of Management* vol. 1 no 1 Februari 2015 ISSN: 2502-7689.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management*. 13th Edition Terjemahan Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, dan Armstrong. (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 :Erlangga.
- Kotler.(2016), Indikator yang mempengaruhi Harga suatu produk Edisi 78
- Laksmono, Z. S., Suddin, A., Sutarno. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada warung Steak di Punggawan Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* vol. 16 Edisi Khusus April 2016: 170-176.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Permadi, P. C., Kumadji, S., Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Harga dan Kepuasan Pelanggan . vol. 10 no. 1 Mei 2014.
- Priyanto, A.C. (2018) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Isi Ulang Air Minum UD.Elangku di Desa Bangunrejo Tenggara Seberang. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman*, 6, (3), 1011-1022.
- Puri, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung.*Jurnal Edukasi Ekobis*. Lampung: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Lampung.
- Putri, A.A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Konsumen PDAM Tirta Kencana di Jalan Merdeka Barat Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman*. 3, (4), 1103-1114
- Rabiah, (2020). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan nesmilo di samarinda. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman*. Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 8, Nomor 1, 2020.
- Sukmawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Golden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Tjiptono dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, dan Chandra. (2012). Indikator Kualitas Produk Edisi 75
- Toding, N., Mursito., Istiqomah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelangan di Pecel Ndeso Yu Djasmu Solo. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 18 Edisi Khusus April 2018: 199.
- Trimulyo, T., Trastity, R., Utami, S. S. (2015). Pengaruh Citra Restoran Terhadap behavioral Intentions Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* vol. 15 no.3 September 2015 : 294-303. 88