

## Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai

*Fin Yolanda, Ahmad Fithoni, Ratumas Hartha Delima*

*Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian, Jambi  
Jl. Gajah Mada, Teratai Muara Bulian  
Email : [putrisulung2729@gmail.com](mailto:putrisulung2729@gmail.com)*

### **Abstract**

*This study aims to determine the respondents' responses about price and service quality to customer satisfaction at the Morning Afternoon Restaurant. This research is descriptive quantitative. The sampling technique used is the Slovin formula, the sample in this study amounted to 70 respondents. Analysis of the data in this study using multiple linear regression techniques and using the SPSS 20 program. The results of this study indicate that the price is in the Very Appropriate category, Service Quality is in the Very Good category, Customer satisfaction is in the Satisfied category. Price and Service Quality have a significant effect on customer satisfaction as evidenced by the t test, F test and R<sup>2</sup>.*

**Keywords:** *Price, Quality of Service and Customer Satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan rumus Slovin, sampel pada penelitian ini berjumlah 70 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda dan menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berada pada kategori Sangat Sesuai, Kualitas Pelayanan berada pada kategori Sangat Baik, kepuasan Pelanggan berada pada kategori Puas Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang dibuktikan dari Uji t, Uji F dan R<sup>2</sup>.

**Kata Kunci :** *Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*

## **1. Pendahuluan**

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang pesat saat ini yang muncul seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis kuliner lebih berkembang dan tepat sasaran. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah membeli produk mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2012), Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Pengusaha atau pemilik modal juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan output—produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas



dan tidak kecewa bila membeli output tersebut. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan.

Harga merupakan hal terpenting dalam menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkonsumsi proporsi nilai suatu produk.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut Kotler (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut kotler dan Keller (2012) ada 4 Indikator penetapan harga meliputi:

- 1) Terjangkau atau tidaknya harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
- 2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- 3) Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Kepuasan konsumen menjadi kunci suksesnya sebuah usaha. Saat konsumen merasa puas dengan suatu produk maka akan menimbulkan rasa ingin membeli kembali. Selain itu juga kepuasan konsumen akan berdampak pada citra sebuah usaha, karena saat konsumen yang berkeinginan membeli produk dengan adanya kepuasan yang tinggi berarti telah adanya kesesuaian antara keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu produk.

Menurut Kotler (2012), kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan pelanggan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Dalam memasarkan produknya produsen selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan lama dan baru. Menurut Tjiptono yang dikutip safrizal (2015) Unsur-unsur kualitas pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain.

Salah satu usaha adalah rumah makan, yaitu sebagai tempat dimana melayani orang-orang yang merasa lapar dan instan. Rumah makan dalam bentuk operasionalisasinya harusnya menciptakan kepuasan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang tentunya berorientasi pada kepuasan konsumen. Terkadang ada rumah makan yang mengesampingkan kualitas pelayanan tapi ada pula rumah makan yang mengutamakan kualitas pelayanannya. Konsumen sekarang lebih cenderung selektif dalam penerapan pelayanan.



## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencandarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin dan Damiyanti: 2011).

### 2.2 Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa jenis data dibagi menjadi 2, yaitu : data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian. Sedangkan Data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner ke konsumen pembeli atau pengguna produk pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuisisioner.

Dilihat dari sumbernya data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu informasi dari narasumber. Adapun data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data mengenai tanggapan responden atas penyebaran kuisisioner, dengan menanyakan langsung kepada pelanggan tentang Harga dan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai. data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, peneliti memperolehnya dari upaya-upaya pengumpulan oleh pihak lain. Data jenis ini dapat diperoleh penulis dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut penelitian.

### 2.3 Metode Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) teknik pengumpulan data yaitu : studi lapangan dan studi kepustakaan.

#### 1. Field Research (Studi Lapangan)

##### 1) Observasi

Menurut Arikunto (2010:157), "Teknik observasi adalah teknik dimana peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadinya atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi bersama objek yang diteliti.

##### 2) Wawancara

Menurut Arikunto (2010:198), "wawancara adalah suatu dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (narasumber)".

##### 3) Kuisisioner

Menurut Arikunto (2010:163), "Angket atau kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dan responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diteliti".

#### 2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Menurut Sugiyono (2015), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah. Hal ini dilakukan untuk mendapat tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang di bahas.

### 2.4 Populasi dan Sampel

populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi/ studi sensus. Berdasarkan informasi dari pihak Rumah Makan Pagi Sore,



diketahui jumlah konsumen dalam seminggu sebanyak 420 orang. Yang diperoleh dari rata-rata konsumen dalam sehari 60 orang dikali 7 hari.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Konsumen yang di jadikan sampel adalah pelanggan yang datang atau yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Pagi Sore , dari populasi sebanyak 420 orang dan yang dijadikan sampel adalah sebanyak 70 orang Dengan menggunakan rumus Slovin seperti dikutip dalam buku Anwar Sanusi (2013) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan (12%)

### 2.5 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 2.5.1 Skala likert

Menurut sugiyono (2015:93) Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Adapun skor dapat dirincikan dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 1 : Rentang Skala Interval Variabel Penelitian**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Sesuai/Baik/Puas	5
2	Sesuai/Baik/Puas	4
3	Cukup Sesuai/Baik/Puas	3
4	Tidak Sesuai/Baik/Puas	2
5	Sangat Tidak Sesuai/Baik/Puas	1

#### 2.5.2 Analisis Deskripsi Variabel

Analisis ini merupakan analisis terhadap variabel faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ) Dimana untuk melakukan analisa ini dilakukan berdasarkan dari hasil pernyataan pada masing-masing pertanyaan pada setiap variabel.

Setelah itu digunakan tentang skala yang dalam penelitian ini disesuaikan dengan pendapat yang didasarkan penggunaan skala Likert, yaitu :

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Skala} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8
 \end{aligned}$$

#### Methods successive Interval (MSI)

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) Method of Successive (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval.” Berdasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan Additional Instrument (Add-Ins) pada Microsoft Excel



## 2.6 Alat Analisis Data

### 2.6.1 Uji validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan Uji Reabilitas. Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk menguji validitas variabel kualitas pelayanan ( X1 ) dan harga ( X2 ) terhadap konsumen ( Y ). Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya ( Ghozali, 2013). Langkah untuk menentukan yang sudah valid adalah nilai koefisien r hitung lebih besar dari r tabel. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari r tabel maka variabel tersebut tidak valid. Tingkat signifikan ( tingkat resiko kesalahan ) pada penelitian ini adalah 5%.

### 2.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas menurut Ghozali (2013) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Adapun cara digunakan untuk menguji reabilitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach (Membandingkan nilai Alpha Cronbach dengan tingkat signifikan yang ditetapkan. Biasanya sebesar 0,5).

Kriteria Penilaian Uji Reabilitas adalah :

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 0,5 maka kuisioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 0,5 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

### Analisis linear berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara Harga ( X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

- Y : Kepuasan Konsumen  
a : Konstanta  
b : Koefisien regresi  
x<sub>1</sub> : Harga  
x<sub>2</sub> : Kualitas Pelayanan  
e : Error

### 2.6.3 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan derajat kesalahan 5%. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Arikunto, 2010:128).

Kesimpulan :

1. Ho ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Ho diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

### 2.6.4 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Arikunto, 2010:127). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian :

1. Ho ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Ho diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dapat disimpulkan bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.



### 2.6.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Arikunto, 2010:130). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika koefisien determinasi mendekati nol (0%) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Namun jika koefisien determinasi mendekati satu (100%) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Menghitung determinasi  $R^2$  diperlukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang dapat diukur dengan menggunakan rumus :

$$D = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

K D = Koefisien determinasi

$r^2$  = Kuadrat Koefisien Korelas

## 3. Hasil Penelitian

### 3.1 Tanggapan Konsumen Atas Harga Pada Rumah Makan Pagi Sore

**Tabel 2 Tanggapan Konsumen Atas Harga Pada Rumah Makan Pagi Sore**

Item	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Indeks
		STS	TS	CS	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1	X1.1	1	2	10	20	37	300	4,3
2	X1.2	0	3	16	18	33	291	4,15
3	X1.3	0	1	16	16	37	299	4,27
4	X2.4	1	1	10	25	33	298	4,25
5	X1.5	0	1	14	23	32	296	4,22
	Rata-rata							4,24

Berdasarkan hasil pengolahan dengan persentase dari 5 aspek penilaian yang menunjukkan hasil tertinggi adalah 4,3 karena Harga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan pelanggan yang didapatkan oleh konsumen, dan yang terendah adalah 4,15 karena harga yang ditetapkan Rumah Makan Pagi Sore sesuai dengan kualitas (rasa) masakan., dan rata-rata indeks dari 5 pernyataan tersebut adalah 4,24. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel diatas membuktikan bahwa harga yang ditetapkan Rumah Makan Pagi Sore masuk dalam kategori Sangat Sesuai.

### 3.2 Tanggapan Responden Atas Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Pagi Sore

**Tabel 3 Tanggapan Responden Atas Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Pagi Sore**

Item	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Indeks
		STB	TB	CB	B	SB		
		1	2	3	4	5		
1	X2.1	-	2	13	24	31	294	4,2
2	X2.2	-	-	18	27	25	287	4,1
3	X2.3	-	-	15	21	34	299	4,27
4	X2.4	-	-	12	27	31	299	4,27
5	X2.5	-	-	14	21	35	301	4,3
	Rata-rata							4,23



Berdasarkan hasil pengolahan dengan persentase dari 5 aspek penilaian yang dinyatakan menunjukkan hasil tertinggi adalah 4,3 karena Rumah Makan Pagi Sore memiliki lokasi yang strategis dan bersih, dan yang terendah adalah 4,1 karena Karyawan Rumah Makan Pagi Sore memberikan informasi ketersediaan produk (lauk) yang ada, dan rata-rata indeks dari 5 pernyataan tersebut adalah 4,23. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks, tabel diatas membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Pagi Sore masuk dalam kategori Sangat Baik.

### 3.3 Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pagi Sore

**Tabel 4 Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore**

Item	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Indeks
		STP	TP	CP	P	SP		
		1	2	3	4	5		
1	Y.1	0	5	13	18	34	291	4,15
2	Y.2	0	2	9	34	25	292	4,17
3	Y.3	0	0	22	21	27	285	4,07
4	Y.4	0	2	16	28	24	284	4,05
5	Y.5	0	0	12	31	27	295	4,21
6	Y.6	0	4	19	24	23	276	3,94
7	Y.7	0	0	23	24	23	280	4
8	Y.8	0	2	16	29	23	283	4,04
9	Y.9	1	0	21	24	24	280	4
10	Y.10	0	3	16	33	18	276	3,94
	Total							4,06

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 10 aspek penilaian yang menunjukkan hasil tertinggi adalah 4,21 karena pelanggan merasa puas dengan Rumah Makan Pagi Sore, karena harga yang ditetapkan Rumah Makan Pagi Sore sesuai dengan manfaat yg di dapat seperti Porsi nasi yang banyak, yang terendah adalah 3,94 karena karyawan Rumah Makan Pagi Sore melayani dengan cepat dan tepat waktu, dan rata-rata indeks dari 10 pernyataan diatas adalah 4,06. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel diatas membuktikan bahwa evaluasi Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore masuk dalam kategori puas.

### 3.4 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 5 Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Harga</b>	1	0,696	0,2319	Valid
	2	0,787	0,2319	Valid
	3	0,606	0,2319	Valid
	4	0,754	0,2319	Valid
	5	0,574	0,2319	Valid
<b>Kualitas Pelayanan</b>	1	0,700	0,2319	Valid
	2	0,665	0,2319	Valid



	3	0,682	0,2319	Valid
	4	0,735	0,2319	Valid
	5	0,600	0,2319	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	1	0,517	0,2319	Valid
	2	0,551	0,2319	Valid
	3	0,463	0,2319	Valid
	4	0,534	0,2319	Valid
	5	0,371	0,2319	Valid
	6	0,577	0,2319	Valid
	7	0,529	0,2319	Valid
	8	0,562	0,2319	Valid
	9	0,515	0,2319	Valid
	10	0,523	0,2319	Valid

Nilai r hitung diambil dari korelasi tiap variabel yang dihitung melalui pengolahan SPSS versi 20,0 sedangkan nilai r tabel diambil dari distribusi r tabel dengan responden 70 dan nilai r tabel sebesar 0,2319. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r hitung > r tabel dari tiap variabel Harga(X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) menerangkan bahwa seluruh pernyataan tiap-tiap variabel tersebut valid.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 6 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronach's Alpha	Taraf Signifikan	Keterangan
Harga (X1)	0,718	0,5	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,702	0,5	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,694	0,5	Reliabel

Variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai cronbach's alpha masing-masing 0,718 dan 0,702 dengan taraf signifikan 0,5 ini menunjukkan bahwa cronbach's alpha lebih besar dari taraf signifikan, sehingga dengan demikian hasil dari uji reliabilitas pada variabel ini adalah reliabel. Dan berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai cronbach's alpha 0,694 dengan taraf signifikan 0,5 ini menunjukkan bahwa cronbach's alpha lebih besar dari taraf signifikan (0,694 > 0,5). Dengan demikian hasil uji reliabilitas pada variabel ini adalah reliabel.

## 3. Regresi Linier Berganda

**Tabel 7 Regresi Linie Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18,461	5,693		3,243	,002
	Harga (X1)	,498	,176	,316	2,835	,006
	Kualitas Pelayanan (X2)	,578	,175	,369	3,310	,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)



Hasil perhitungan Regresi Linier Berganda dengan program SPSS versi 20,0 dari tabel koefisien yang dilihat pada tabel 5.6 diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + e$$

$$Y = 18,461 + 0,498 (x_1) + 0,578 (x_2)$$

Persamaan tersebut dapat dijabarkan bahwa :

1) Konstanta (a) 18,461

Ini berarti jika semua variabel bebas (Harga dan Kualitas Pelayanan) memiliki nilai nol maka variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) sebesar 18,461.

2)  $b_1 \cdot x_1$  ( Harga ) = 0,498

Nilai koefisien untuk Harga (X1) sebesar 0,498 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,498 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan tetap.

3)  $b_2 \cdot x_2$  (Kualitas Pelayanan ) = 0,578

Nilai koefisien untuk Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,578 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,578 dengan asumsi variabel Harga tetap.

4. Uji Parsial (t)

1) Untuk Variabel Harga (X1) ternyata dengan angka t hitung sebesar 2,835 > t tabel sebesar 1,667 ( 2,835 > 1,667 ). Dapat disimpulkan bahwa Harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai.

2) Untuk Kualitas Pelayanan (X2) ternyata dengan angka t hitung sebesar 3,310 > t tabel sebesar 1,667 ( 3,310 > 1,667). Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai.

5. Uji Simultan (F)

**Tabel 8 Anova  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	298,884	2	149,442	8,047	,001 <sup>b</sup>
Residual	1244,285	67	18,571		
Total	1543,169	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Dari Uji Simultan (F) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai, yang dibuktikan Pada tingkat kepercayaan (=0,05) dan df 2 : 67 dengan nilai F hitung sebesar 8,047 lebih besar dari F tabel sebesar 3,13. ( 8,047 > 3,13).

6. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 9 Model Summary  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,440 <sup>a</sup>	,194	,170	4,30946

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

dapat dilihat bahwa nilai Adjust R Square sebesar 0,17. Jadi dapat disimpulkan bahwa persentase pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada



Rumah Makan Pagi Sore sebesar 17% dan sisa nya 83% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

#### 4. Penutup

Dengan dilakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 5 aspek pernyataan dari variabel Harga dengan rata-rata indeks 4,24, artinya variabel Harga berada pada kategori Sangat Sesuai.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 5 aspek pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan dengan rata-rata indeks 4,23, artinya variabel Kualitas Pelayanan berada pada kategori Sangat Baik.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 10 aspek pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan dengan rata-rata indeks 4,06 artinya Variabel kepuasan Pelanggan berada pada kategori Puas.

#### 5. Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Holidi. 2017. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jne Muara Tembesi*”. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Karya Muara Bulian
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Oentoro, Deliyanti. 2012. “*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Kasus Penumpang Kereta Api Joglosemarkerto)*”. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto
- Philip, Kotler Dan Armstrong. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Papa Ong Di Kota Makassar*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Safrizal. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa*. Universitas Samudra. 1(4)
- Sugiyono. 2015. *Pengaruh Lokasi ,Harga Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Bangunan Cahaya Bintang Teratai*. *Skripsi*. Stie-Gk Muara Bulian
- Thamrin dan Francis. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Anak Rantau Minang Desa Sungai Buluh Muara Bulian*. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Karya Muara Bulian
- Tim Penyusun. 2021. *Panduan Penulisan Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Karya Muara Bulian
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran* Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wijayanti, Titik. 2014. “*Strategi Bauran Pemasaran Ud. Tropical Batik Dusun Klontang Desa Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember. 1(11)

