

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS  
PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)**



**TUGAS AKHIR**

OLEH :

FARAH DWI FITRIYANA

NIM 18030220

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI  
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS  
PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU)

Oleh mahasiswa :

Nama : Farah Dwi Fitriyana

NIM : 18030220

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk memenuhi ujian tugas akhir.

Tegal, 11 Juli 2021

Pembimbing I,



Bahri Kamal, SE, MM  
NIPY. 05.015.218

Pembimbing II,



Drs. Mulyadi, MM, Ak  
NIPY. 04.015.213

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS  
PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)

Oleh :

Nama : Farah Dwi Fitriyana

NIM : 18030220

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program  
Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 23 Juli 2021

1. Bahri Kamal, SE, MM, CMA  
Ketua Penguji
2. Hesti Widiyanti, SE, M.Si  
Penguji I
3. Dewi Kartika, SE, M.Ak  
Penguji II



Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA  
NIPY. 03.013.142

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)”, beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 11 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Farah Dwi Fitriyana

NIM : 18030220

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : FARAH DWI FITRIYANA

NIM : 18030220

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal).

Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 11 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



FARAH DWI FITRIYANA  
NIM. 18030220

## HALAMAN MOTTO

“ Ayah Ibuku sebenarnya bukanlah menanti akan KEPULANGANKU, tapi mereka menanti KESUKSESANKU”

(Gumam M. Bintang Ramanda)

“Keberanian ini tidak selalu harus berbunyi nyaring. Kadang kala keberanian itu dapat berupa suara lirih diakhir hari dan berkata ‘Aku akan mencoba lagi besok’.”

(Mary Anne Radmacher)

“Kemarin aku berani berjuang, hari ini aku berani menang”

(Bernadette Devlin)

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan, karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah”

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada ALLAH SWT, akhirnya perjuanganku selama ini membuahkan hasil yang luar biasa. Persembahan yang tulus untuk mereka yang telah berperan dalam perjuanganku membuat sebuah karya tulis Tugas Akhir kupersembahkan kepada :

1. Puji syukur panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kesempatan sehat dan umur panjang untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Untuk kedua orang tuaku, Bapakku yang telah memberi dorongan lebih untuk aku, dan Ibuku yang selalu memberikan dorongan serta doa untuk anaknya.
3. Kakakku dan Adikku terima kasih atas segala doa dan nasihat yang selalu kalian berikan untukku.
4. Teman-teman kelas D, tetap kompak dan saling membantu. Terima kasih atas segala kenangan yang telah dilalui bersama. Sebuah cerita di masa depan tentang perjuang bersama dalam menuntut ilmu.
5. Sahabat-sahabatku Ismi, Afria, Juni, Tiara, Istiqiyah, Gayatri, Suci , Frisca yang selalu memberi dorongan untuk lebih semangat meraih cita-cita.
6. Almamaterku

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal).

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, MPP, selaku direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE, MM sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Drs. Mulyadi, MM, Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Aris Irwanto, selaku Pemilik dari Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal yang telah memberikan izin untuk melakukan observasi.
6. Seluruh pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.
7. Teman-teman baik di kampus maupun dirumah, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.



Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Tegal, 11 Juli 2021

FARAH DWI FITRIYANA  
18030220

## ABSTRAK

Farah Dwi Fitriyana. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal)*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I : Bahri Kamal, S.E., M.M; Pembimbing II : Drs. Mulyadi, M.M., Ak.

Rumah Makan Cahaya Ibu merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Jl. Sepat No 06 Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, serta mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah Pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Penulis menggunakan 50 sampel untuk diteliti dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Teknik analisis data adalah Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif, Uji Instrument (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi), Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji f) dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

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

## **ABSTRACT**

**Fitriyana, Farah Dwi.** 2021. *Analysis of the Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Satisfaction (Case Study at Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal).* Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama Tegal. Advisor: Bahri Kamal, S.E., M.M; Co-Advisor : Drs. Mulyadi, M.M., Ak.

*Rumah Makan Cahaya Ibu is one of the restaurants located on Jl. Sepat No. 06 Tegal. This study was aimed to determine the effect of product quality, service quality and price on customer satisfaction, and determine which factors have the most influence on customer satisfaction. The data collection techniques used were observation, interviews, literature studies and documentation. The type of research conducted is quantitative. The population in this study was the customers of Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. The author uses 50 samples to be studied by accidental sampling technique. The data analysis technique is quantitative with descriptive analysis, instrument test (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test), multiple linear analysis, hypothesis testing (t test and f test) and coefficient of determination. The results of the study prove that service quality and price affect customer satisfaction, while product quality does not affect customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Price, and Customer Satisfaction.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah .....	7
1.6 Kerangka Berpikir .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
3.1.2 Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen.....	14

2.2 Kualitas Produk .....	16
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.2.2 Kualitas Makanan .....	18
2.3 Kualitas Pelayanan.....	21
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	21
2.3.2 Pengertian Kualitas Pelayanan Makanan.....	21
2.3.3 Pengaruh Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	23
2.4 Harga .....	24
2.5 Hipotesis Penelitian .....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III .....	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Lokasi Penelitian .....	34
3.2 Waktu Penelitian.....	34
3.3 Jenis Data.....	34
3.3.1 Data Kualitatif .....	34
3.3.2 Data Kuantitatif .....	35
3.4 Sumber Data .....	35
3.4.1 Data Primer.....	35
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5.1 Observasi .....	36
3.5.2 Wawancara .....	36
3.5.3 Studi Pustaka .....	36
3.5.4 Dokumentasi .....	37
3.6 Definisi Operasional Variable .....	37
3.6.1 Variabel Dependen .....	37
3.6.2 Variabel Independen.....	38

3.7 Populasi dan Sampel.....	38
3.7.1 Populasi .....	38
3.7.2 Sampel .....	38
3.8 Metode Analisis Data .....	39
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
3.8.5 Uji Hipotesis .....	46
3.8.6 Koefisien Determinasi ( $Adj R^2$ ).....	48
BAB IV .....	49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	49
4.2 Hasil Analisis Data .....	49
4.3 Pembahasan .....	66
BAB V .....	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
Tabel 4.10 Koefisien Regresi Berganda .....	59
Tabel 4.11 Tabel Uji t .....	61
Tabel 4.12 Tabel Uji F .....	63
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi (Adj. R <sup>2</sup> ).....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir.....	9
------------------------------------	---



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuisisioner.....	78
Lampiran 3 Surat Kesediaan Membimbing 1 .....	81
Lampiran 4 Surat Kesediaan Membimbing 2 .....	82
Lampiran 5 Buku Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1 .....	83
Lampiran 6 Output SPSS Uji Validitas X1.....	85
Lampiran 7 Output SPSS Uji Validitas X2.....	86
Lampiran 8 Output SPSS Uji Validitas X3.....	87
Lampiran 9 Output SPSS Uji Validitas Y.....	88
Lampiran 10 Output SPSS Uji Reliabilitas X1 .....	89
Lampiran 11 Output SPSS Uji Reliabilitas X2.....	89
Lampiran 12 Output SPSS Uji Reliabilitas X3 .....	89
Lampiran 13 Output SPSS Uji Reliabilitas Y .....	90
Lampiran 14 Output SPSS Uji Normalitas .....	90
Lampiran 15 Output Uji Multikolinearitas .....	91
Lampiran 16 Output Uji Autokorelasi .....	92
Lampiran 17 Output Uji Heteroskedastisit .....	93
Lampiran 18 Uji Persamaan Regresi.....	94
Lampiran 19 Uji Koefisien Determinasi .....	94
Lampiran 20 Output SPSS Uji t (Parsial) .....	95
Lampiran 21 Uji F.....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi dunia bisnis berkembang sangat pesat, salah satunya yaitu bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis dan menjadi persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi dan keadaan seperti ini, pengusaha harus bisa cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang telah didirikannya dapat berkembang dengan baik. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan pelanggannya. Dengan adanya memahami kebutuhan pelanggan, maka akan memberikan masukan yang penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Persaingan semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen yang menyebabkan setiap perusahaan harus bisa menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan dengan cara memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya.

Dari waktu ke waktu bisnis dibidang makanan mempunyai kecenderungan yang meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Faktanya berdasarkan pada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Oleh karena itu, bisnis dibidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu. Meningkatnya produk makanan yang beredar di pasar sudah sangat banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara pengusaha di bidang makanan dalam merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bisnis makanan sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan yang menentukan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk

mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor yang penting, kualitas pelayanan lebih dekat untuk kepuasan pelanggan yang memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

Selain kualitas pelayanan, harga juga termasuk faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini menjadi salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli barang tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan, pelanggan akan merasa sangat puas. Sebuah bisnis harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Dengan demikian suatu bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada suatu bisnis yang memberikan kualitas memuaskan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu bisnis dalam memasarkan produknya. Suatu produk akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, pelayanan dan harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Rumah makan yang sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat adalah rumah makan Padang, karena hampir disemua kota dan desa sudah ada rumah makan Padang. Rumah Makan Cahaya Ibu yang berdiri sejak 2009 merupakan salah satu rumah makan Padang yang terletak di JL. Sepat No 6 Tegalsari. Istilah rumah makan padang sering digunakan untuk merujuk

tradisi kuliner seluruh masyarakat Minangkabau, Sumatera Barat. Masakan Padang terkenal dengan rasa yang kaya dari santan dan cabai pedas. Masakan Padang mempunyai jenis masakan seperti: rendang, sayur nangka, kikil, ayam balado, ayam bakar, babad, ikan goreng, pela ati, paru ayam goreng, telur dadar, daun singkong dan masih banyak lainnya. Masakan Padang identik dengan sajian lengkap dengan nasi hangat yang cocok dinikmati di berbagai waktu.

Berdasarkan hasil pengamatan, penulis menemukan beberapa permasalahan. Permasalahan yang di hadapi oleh Rumah Makan Cahaya Ibu adalah jumlah pengunjung yang mengalami penurunan dari hari ke hari. Hal ini mungkin terjadi karena pelayanan yang kurang maksimal, karyawan kurang ramah dalam melayani pelanggan, dan harga yang kalah bersaing dengan rumah makan yang sejenis. Untuk sebuah usaha kuliner harga, produk dan pelayanan harus diperhatikan, karena merupakan bagian dari kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.
2. Bagi pemilik usaha, sebagai bahan masukan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal dan memberikan perhatian dalam hal kualitas produk, pelayanan, dan harga sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.
3. Bagi Politeknik Harapan Bersama Tegal, diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bernilai ilmiah bagi mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal untuk penelitian di masa yang akan datang.
4. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian.

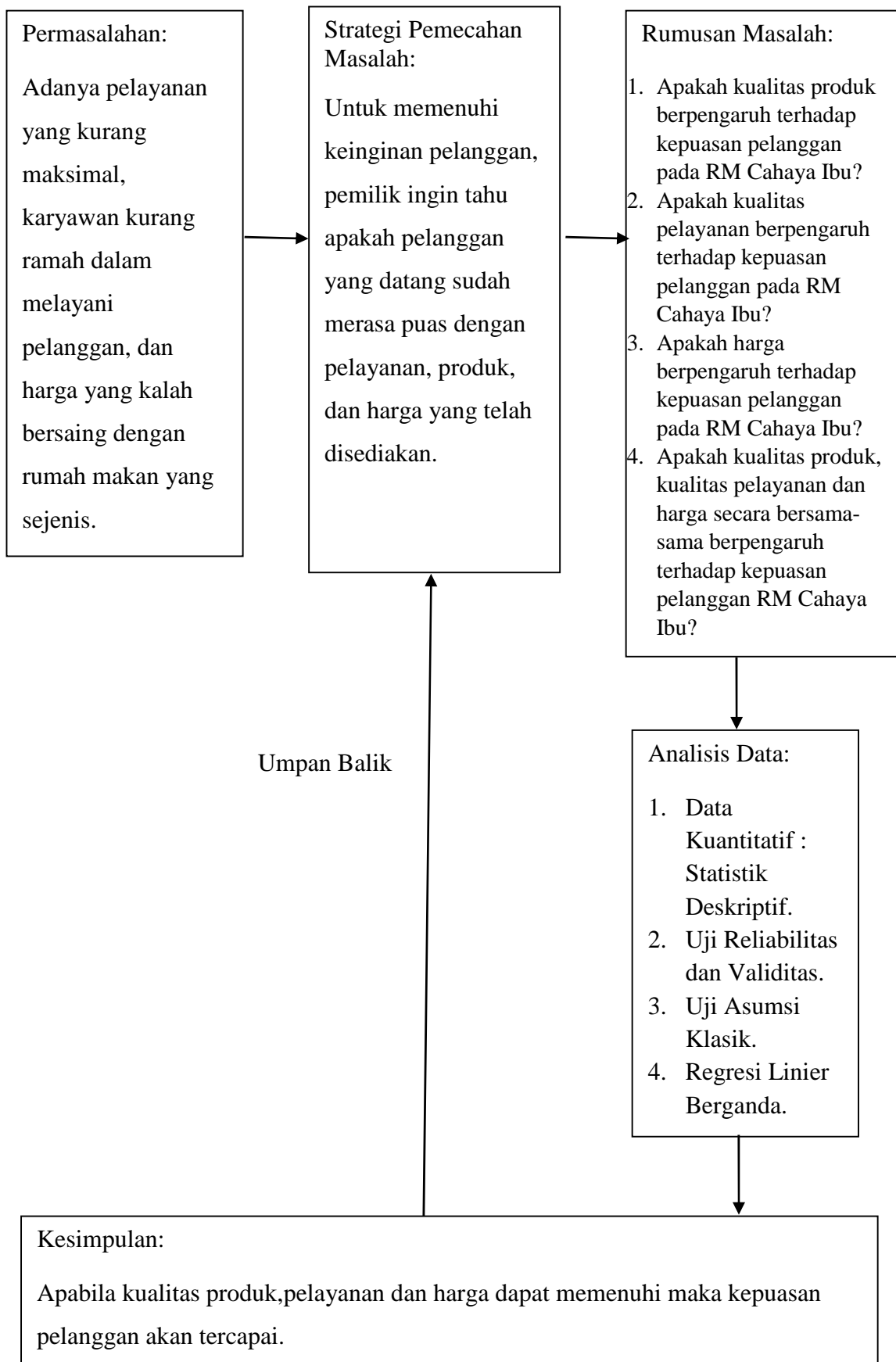
#### **1.5 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh kualitas produk, pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen.



## **1.6 Kerangka Berpikir**

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir Bagaimana analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

### 1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

### 2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang kepuasan pelanggan, indikator-indikator kepuasan pelanggan, metode pengukuran kepuasan, kualitas produk, indikator-indikator kualitas

produk, kualitas pelayanan, harga, peranan harga, penetapan harga dan indikator harga.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tinjauan umum instansi, seperti sejarah singkat instansi, profil instansi, struktur organisasi, tugas dan wewenang/*job description*, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi institusi atau perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

### 3. Bagian Akhir

#### LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari

Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kepuasan Pelanggan**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan (Saladin, 2003:9)<sup>[5]</sup>. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, suatu bisnis harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produser atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Hal ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan (Irawan, 2004:2)<sup>[11]</sup>.

Menurut Kotler (2000:25)<sup>[13]</sup> dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan.
3. Emosional, konsumen akan merasa bahagia dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.

#### 1.1.2 Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2011:5)<sup>[7]</sup> kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*).
2. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*).
3. *Repurchase* adalah membeli Kembali dimana pelanggan tersebut akan Kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.

4. Menciptakan *Word-of-Mouth*. Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
5. Menciptakan citra merek : pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.

### 1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler (2000:178)<sup>[13]</sup> metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan mereka.

2. Pembeli bayangan (*Ghost Shopping*)

Yaitu dengan mempekerjakan beberapa *Ghost Shopping* yang berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

3. Analisis konsumen beralih (*Lost Customer Analysis*)

Sedapat mungkin perusahaan seharusnya para konsumen yang telah beralih keperusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan kebaikan dan penyempurnaan selanjutnya.



#### 4. *Survey* kepuasan konsumen

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh promo terhadap konsumennya.

##### 1.1.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Perusahaan

Menurut Zeithaml dan Bitner (2012:19)<sup>[23]</sup>, pelanggan yang merasa puas pada produk yang dibeli dan digunakan akan kembali membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan membeli kembali produk dan juga akan memberikan penilaian yang baik tentang pelayanan kepada orang lain.

## **2.2 Kualitas Produk**

### 2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253)<sup>[1]</sup>, kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Garvin yang dikutip oleh Gaspersz (2005:37)<sup>[8]</sup> untuk menentukan kualitas produk dapat dimasukkan kedalam 8 dimensi, yaitu :

1. *Performance* : berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Feature* : karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability* : berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu.
4. *Conformance* : berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
5. *Durability* : berkaitan dengan beberapa lama suatu produk dapat digunakan.
6. *Service Ability* : karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi kemudahan dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
7. *Aesthetic* : karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

8. *Fit and Finish* : karakteristik yang bersifat subyektif yang berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk sebagai produk yang berkualitas.

### 2.2.2 Kualitas Makanan

Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Margareta dan Edwin (2012:48)<sup>[6]</sup>, kualitas makanan adalah peranan penting dalam keputusan kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.

Menurut Marsum (2005:159)<sup>[14]</sup>, hal-hal yang harus diterapkan dalam kualitas makanan antara lain :

1. Rasa (*Flavour*)

Dalam menyediakan suatu hidangan harus diperhatikan dalam hal rasa, makanan pun harus mempunyai rasa yang enak dengan baunya yang sedap.

2. Kemantapan (*Consistency*)

Mutu menu atau hidangan yang disajikan harus dijaga dan sesuai dengan standar yang ada, supaya mantap atau tetap dalam kondisi yang berstandar, baik mutu, aroma maupun rasanya.

3. Susunan (*Texture*)

Menjelaskan tentang upaya menyusun suatu hidangan yang lengkap.

4. Kandungan gizi (*Nutritional Content*)

Makanan yang akan disajikan harus diperhatikan pula kandungan gizinya. Walaupun disuatu *Food service industry* yang bersifat komersial, penyajian makanan lebih diutamakan, gizi dinomorduakan. Akan tetapi dalam penyusunan menu boleh mengabaikan kandungan gizi. Seperti dalam satu hidangan yang terdiri dari karbohidrat, lemak, protein, serat dan kandungan gizi penting lainnya yang sesuai untuk porsi dewasa.

5. Daya penarik lewat ketajaman mata (*Visual appeal*)

Hidangan yang disajikan harus diatur, disusun dengan rapi dan menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi pelanggan yang datang.

6. Daya penarik lewat aroma (*Aromatic appeal*)

Didalam Menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan dari aromanya. Hidangan yang disajikan harus sedap aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan pelanggan.

7. Suhu (*Temperature*)

Dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhu hidangan. Bila makanannya panas maka harus disajikan dalam keadaan yang panas, bila memungkinkan dengan piring yang panas. Begitu juga untuk makanan yang dingin.

### 2.2.3 Indikator – Indikator Kualitas Produk

Untuk mengukur produk makanan terdapat tiga indikator, yaitu:

1. Rasa, adalah sensasi yang diterima saat makanan berada dimulut. Rasa primer meliputi manis, asam, asin dan pahit.
2. Tampilan, adalah bagian dari isyarat nyata dan berhasil dengan menyajikan makanan dan dihiasi dengan baik dapat merangsang timbulnya persepsi kualitas dari para pelanggan.
3. Kesegaran, adalah salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industri makanan dalam rangka melayani pelanggan mereka pada standar yang tepat.

### 2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2000)<sup>[13]</sup> kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai oleh konsumen dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Gronroos (1990:27)<sup>[10]</sup> adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Sedangkan menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (1997:448)<sup>[12]</sup> adalah produk-produk yang tidak kasat mata yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan maka pelayanan yang diberikan harus selalu diperhatikan oleh perusahaan. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Seorang pelayan di sebuah perusahaan kuliner disebut pramusaji. Pramusaji adalah petugas yang melayani pesanan makanan dan minuman sesuai dengan permintaan konsumen atau pelanggan.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

### 2.3.2 Pengertian Kualitas Pelayanan Makanan

Tipe-tipe dasar pelayanan makanan pada sebuah restoran atau rumah makan pada umumnya dapat digunakan untuk membedakan kategori

suatu restoran atau rumah makan itu. Ada empat macam tipe dasar pelayanan suatu restoran atau rumah makan yang biasa digunakan yaitu:

1. Pelayanan sendiri (*Self Service*)

Pelayanan makanan dan minuman dengan metode pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai suatu jenis pelayanan makanan dan minuman dimana para pramusaji atau waiter tidak mendatangi meja untuk menyajikan makanan dan minuman yang dipesan oleh konsumen, melainkan konsumen mengambil sendiri makanan dan minuman yang disajikan dan membawanya ke meja makan. Setelah selesai makan dan minum barulah pramusaji atau waiter mengangkat perlengkapan makanan dan minuman yang kotor.

2. *Take Out Service*

Sistem pelayanan restoran atau rumah makan dimana konsumen datang untuk membeli makanan yang telah siap dan kemudian dibungkus untuk dibawa pergi, jadi makanan tidak dinikmati ditempat itu. Dalam hal ini harga makanan dan minuman jauh lebih murah bila dibandingkan dengan tempat makan pada umumnya. Karena perusahaan tidak perlu menyediakan tempat dan peralatan-peralatan yang lengkap.

3. *Table Service*

Suatu sistem pelayanan restoran atau rumah makan dimana para konsumen atau pelanggan duduk di kursi menghadap meja makan dan kemudian makanan atau minuman akan diantarkan, disajikan

oleh pramusaji atau waiter kepada konsumen tersebut. Faktor penting dalam pelayanan makanan dan minuman melalui waiter adalah kecepatan dan mentransfer makanan dan minuman dari dapur ke meja dan menyajikan setiap jenis makanan dan minuman dengan peralatan dan meletakkannya dengan prosedur yang benar.

#### 4. *Counter Service*

*Counter Service* adalah suatu sistem pelayanan restoran atau rumah makan dimana para konsumen yang datang duduk di *counter*. Apabila makanan dan minuman yang dipesan sudah siap maka akan disajikan kepada tamu di atas *counter*. *Counter* adalah meja panjang yang membatasi dua ruangan, ruangan dapur dengan ruangan restoran atau rumah makan.

### 2.3.3 Pengaruh Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Lewis dan Booms dalam (Tjiptono dan Chandra, 2005)<sup>[3]</sup> kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu : jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan dengan baik. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan maka kualitas jasa menjadi kualitas ideal. Apabila jasa yang dipersepsikan buruk dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa menjadi negatif.



## 2.4 Harga

### 2.4.1 Pengertian Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2014:439)<sup>[1]</sup> adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam arti sempit, harga adalah jumlah yang ditagih atas suatu produk atau jasa. Dalam arti luas, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan suatu produk atau jasa. Harga disebut dengan indikator nilai, jika harga dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu produk atau jasa. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilai akan meningkat juga.

### 2.4.2 Peranan Harga

Harga mempunyai peranan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan):

1. Bagi perekonomian. Harga produk mempunyai pengaruh tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, kewirausahaan dan waktu. Sebagai alokator sumber daya, harga menentukan apa

yang diproduksi dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan.

2. Bagi konsumen. Dalam penjualan ritel ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen sedikit sensitif terhadap harga, namun mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti: merek, lokasi, dan kualitas produk. Bagi perusahaan jika dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

#### 2.4.3 Penetapan Harga

Penetapan harga sebagai elemen bauran pemasaran dan perencanaan pemasaran akan menentukan posisi produk disuatu pasar serta laba yang dapat dihasilkan oleh produk. Sedangkan tujuan penetapan harga terdapat 5 tujuan yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi, tujuan ini dikenal dengan istilah maksimasi laba.

2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada

volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*.

3. Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.

4. Tujuan stabilisasi harga

Pada pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan harga mereka.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

#### 2.4.4 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:278)<sup>[1]</sup> ada 4 indikator harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

## 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

## 3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

## 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

### 2.4.5 Pengaruh Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Staton (2004)<sup>[17]</sup>, harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga dan laba. Artinya harga produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi. Sehingga harga adalah alat ukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor produksi. Harga juga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang keberadaannya harus dilakukan pengujiannya. Ditinjau dalam hubungannya dengan variabel penelitian, hipotesis merupakan pernyataan tentang keterkaitan antara variabel-variabel. Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan dan dikaitkan dengan teori yang ada serta penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, dikonsumsi atau digunakan untuk dapat memenuhi suatu keinginan konsumen. Produk yang dimiliki dari sebuah rumah makan berperan sangat penting terhadap kepuasan yang diterima konsumen. Baik atau buruknya yang disajikan akan mempengaruhi citra dari sebuah rumah makan. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rina Sukmawati (2017) menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Bahwa kualitas produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

## **2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.**

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Baik atau buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung dari standar dan kualitas dari penyedia jasa dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dilihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manoppo (2013) yang menghasilkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung hotel Granpuri Manado.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

$H_2$  : Bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

## **3. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.**

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa berupa jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Dengan penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang diberikan, konsumen akan mudah terpengaruh dalam melakukan pembelian untuk mencapai

kepuasan. Sesuai dengan penelitian sebelumnya Riky Febri Windoyo (2009) yang menghasilkan bahwa harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng Steak and Shake Semarang.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Bahwa harga (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

#### **4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.**

Kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk bisa tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Harga menjadi indikator yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam memutuskan membeli atau tidaknya suatu produk. Kualitas produk, pelayanan dan harga sama-sama memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Fransiska Pramita W. A. (2010) menunjukkan

bahwa semua variabel independent yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji f dan uji t.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Bahwa kualitas produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), dan harga (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya, suatu penelitian tidak berangkat dari awal, akan tetapi terdapat penelitian-penelitian yang telah mendahuluinya. Sebagai acuan, penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan” telah banyak dilakukan, diantaranya:

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Rayi Endah (2008)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada Warung Makan Taman Singosari Semarang)	Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial, namun harga tidak berpengaruh.



2	Sari (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Konsumen Sim Card GSM Prabayar XL di Yogyakarta)	Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sim card GSM Prabayar XL. Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sim card GSM Prabayar XL. Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen sim card GSM Prabayar XL.
3	Riky Febri Windoyo (2009)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Waroeng Steak and Shake di Semarang)	Regresi Linier Berganda	Didapatkan kualitas pelayanan (H <sub>1</sub> ), kualitas produk (H <sub>2</sub> ), persepsi harga (H <sub>3</sub> ), dan lokasi (H <sub>4</sub> ) sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4	Rina Sukmawati (2017)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas	Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

		Negeri Yogyakarta)		
5	Yulia Purnamasari (2015)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja	Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Sumber : Penelitian terdahulu, 2021

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal yang beralamat di Jalan Sepat No 6 Tegalsari Tegal.

#### **3.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021.

#### **3.3 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

##### **3.3.1 Data Kualitatif**

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005:134)<sup>[19]</sup>, yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Tipe data ini relevan untuk sebagian besar penelitian dengan penggunaan terbatas dalam statistik karena ketidak cocokannya dengan kebanyakan metode statistik.. Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan adalah data yang di peroleh dari Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal, seperti : sejarah dan struktur organisasi dan uraian tugas dari masing-masing karyawan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

### 3.3.2 Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005:135) <sup>[19]</sup>, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran. Sehingga data dalam riset ini juga dikenal sebagai data numerik, tipe data ini mendeskripsikan variabel penelitian yang bersifat numerik. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen atau pelanggan yang pernah membeli produk dari Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

## 3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 3.4.1 Data Primer

Data Primer menurut Suliyanto (2005:131) <sup>[19]</sup> adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner, serta tanggapan tertulis responden terhadap pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder Data sekunder menurut Suliyanto (2005:132) <sup>[19]</sup> adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini

seperti catatan-catatan, buku, makalah, jurnal dan bacaan.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

#### **3.5.1 Observasi**

Observasi menurut Sugiyono (2013:145)<sup>[18]</sup> yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

#### **3.5.2 Wawancara**

Wawancara menurut Suliyanto (2005:137)<sup>[19]</sup> yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

#### **3.5.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka menurut Sugiyono (2012:291)<sup>[20]</sup> merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan

sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini yang dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir.

#### 3.5.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013)<sup>[28]</sup>. Dokumentasi suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.6 Definisi Operasional Variable

Menurut sugiyono (2013)<sup>[18]</sup> Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat dan bebas.

Menurut Sugiyono (2013)<sup>[18]</sup>, pengertian variabel terikat dan variabel bebas sebagai berikut :

#### 3.6.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013:39) <sup>[18]</sup> “Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

### 3.6.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2013:39) <sup>[18]</sup> “Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

## 3.7 Populasi dan Sampel

### 3.7.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013:148)<sup>[18]</sup> adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Jumlah konsumen Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal dalam satu bulan adalah 1800 orang.

### 3.7.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013)<sup>[18]</sup> adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *incidental sampling*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang

yang kebetulan datang dan menikmati produk di Rumah Makan Cahaya Ibu tersebut diwaktu peneliti sedang melaksanakan penelitian. Maka dapat diketahui sampel yang akan diteliti pada tanggal 1 Juni 2021 sampai dengan 3 Juni 2021 di Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal sebanyak 50 orang responden.

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Metode analisis data ini yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Sugiyono (2013)<sup>[18]</sup>.

Skala yang sering di gunakan dalam transformasi data kualitatif menjadi data kuantitatif adalah skala model Likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan sebagai berikut:

Skala Model Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3



Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

---

Sumber: Sugiyono (2016:94)<sup>[29]</sup>.

Skala likert digunakan pada penelitian dengan metode pengambilan menggunakan kuisisioner dengan data berbentuk kuantitatif (bukan angka). Sedangkan analisis statistik mengharuskan penelitian memiliki bentuk data berupa angka (kuantitatif) sehingga skala likert digunakan untuk mengkuantitatifkan (merubah data dalam bentuk angka) data berbentuk kuantitatif yang didapatkan dari kuesioner. Skala likert biasanya digunakan pada data ordinal.

### **3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pengisian kuesioner menggunakan skala likert sebagai pengukur variabelnya. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

## 3.8.2 Uji Instrument

### 3.8.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2016)<sup>[29]</sup>. Dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengujian terhadap validitas dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Untuk menentukan apakah instrumen tersebut valid dapat digunakan ketentuan sebagai berikut :

Dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Untuk mencari  $r$  tabel adalah

$$r_{\text{tabel}} = n$$

Uji validitas juga dapat ditentukan dengan menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara tingkat signifikansi dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai Sig.  $<$  0,05 maka variabel tersebut valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji keandalan dari suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, Sugiyono (2013)<sup>[18]</sup>. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) 0,60. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha  $>$  0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha  $<$  0,60.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu/perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu bentuk kurva seperti lonceng (*bell-shaped curve*) jika data berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan. Adapun secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *explore* dan menggunakan nilai signifikan pada kolom *kolmogorov-smirnov*. Teknik

analisisnya sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig.  $\geq 0,05$ , maka distribusi data normal.
- b) Jika nilai Sig.  $< 0,05$ , maka ditribusi data tidak normal.

### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah: Jika nilai VIF  $< 10$  atau memiliki *tolerance*  $> 0,1$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinear dalam model regresi.

### 3.8.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk suatu tujuan yaitu mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang atau menurut waktu, *cross section* atau *time series*. Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model.

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, dapat diketahui dengan metode grafik, metode Durbin-Watson, metode runtest, dan uji statistik *non-parametik*. Run test sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi, maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

$H_0$  : residual (res\_1) random (acak)

$H_A$  : residual (res\_1) tidak random

Jika nilai Sig. >  $\alpha$  maka terima  $H_0$ , yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

#### **3.8.3.4 Uji Heteroskedastisitas**

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji ini beberapa cara yang dapat digunakan misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau uji *spearman's rho*, metode grafik Park Gletser. Apabila hasil

nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi lebih dari nilai  $\alpha = 0,05$ , maka model tidak mengalami heteroskedasitas.

#### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y_i = a + b_1X_1 - b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (kepuasan pelanggan)

X<sub>1</sub> = variabel bebas pertama (kualitas produk)

X<sub>2</sub> = variabel bebas kedua (kualitas pelayanan)

X<sub>3</sub> = variabel bebas ketiga (harga)

b<sub>1</sub> = koefisien regresi pertama (kualitas produk)

b<sub>2</sub> = koefisien regresi kedua (kualitas pelayanan)

b<sub>3</sub> = koefisien regresi ketiga (harga)

a = konstanta

e = standar error

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji F.

#### 3.8.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian t perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat kesalahan atau alpha ( $\alpha$ ) yang akan digunakan dalam penelitian. Tingkat kesalahan yang digunakan yaitu sebesar 1%, 5%, 10%. Dasar pengambilan keputusan uji t dengan dua cara :

1) Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ :

a. Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

b. Ho ditolak ( $H_a$  diterima) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Cara mencari t Tabel :

$df = n - k$
--------------

Keterangan :

$n$  = banyaknya responden/data

$k$  = variabel penelitian

2) Dengan menggunakan angka signifikansi

a. Ho diterima jika angka signifikannya  $> 0,05$  (misal pada  $\alpha = 5\%$ )

- b.  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) jika signifikannya  $< 0,05$  (misal pada  $\alpha = 5\%$ )

### 3.8.5.2 Uji F (*Uji Simultan*)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel *independent* secara simultan tanda variabel *dependent* di lakukan dengan menggunakan uji  $F_{tes}$  yaitu dengan cara membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah:

- a.  $H_0$ = Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
- b.  $H_a$ = Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara, yaitu :

- a. Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$
- $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $\alpha = 5\%$
  - $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- b. Dengan berdasarkan angka probabilitasnya
- $H_0$  diterima jika angka probabilitasnya  $> 0,05$
  - $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) jika probabilitasnya  $< 0,05$



### 3.8.6 Koefisien Determinasi (Adj R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen motivasi terhadap variabel dependen produktivitas. Besarnya koefisien determinasi 0 – 1, semakin mendekati nol maka semakin kecil pengaruhnya, sebaliknya semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung sebagai berikut :

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

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r<sup>2</sup> : Nilai koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal**

Masakan padang merupakan menu masakan yang paling digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan baik kalangan bawah, menengah dan atas. Rumah Makan Cahaya Ibu merupakan salah satu rumah makan yang berlokasi di Jalan Sepat No 6 Tegalsari, Tegal. Usaha Rumah Makan Cahaya Ibu berdiri dari tahun 2009. Usaha ini di dirikan oleh Bapak Aris Irwanto. Awal mula usaha rumah makan ini adalah orang tua dari pemilik rumah makan yang sudah turun temurun memiliki usaha warung makan atau warteg. Pemilik ingin membuka usaha warteg tetapi sulitnya mendapatkan tenaga kerja dan mempunyai banyak saingan usaha warteg. Pemilik akhirnya membuka usaha rumah makan padang. Pada tahun 2009, pemilik membuka usaha rumah makan di daerah Cikarang. Di Cikarang pemilik berjualan selama 9 tahun, kemudian pada tahun 2018 pemilik memutuskan untuk pindah di Kota Tegal tepatnya di daerah Tegalsari. Dengan alasan minimnya saingan rumah makan padang di daerah Tegalsari. Rumah Makan Cahaya Ibu menyediakan berbagai menu makanan khas kota Padang, seperti : rendang, kikil, ayam balado, ayam bakar, ikan goreng, telur dadar, paru ayam goreng dan masih banyak lagi.

## 4.2 Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden

Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang ditemui di Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 50 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan berkunjung ke Rumah Makan Cahaya Ibu. Berikut dipaparkan hasil dari masing-masing karakteristik responden:

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	15	30.0	30.0	30.0
Perempuan	35	70.0	70.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil olahan data pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak yaitu responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang atau sebesar 70% sedangkan sisanya laki-laki 15 orang atau sebesar 30%. Hal ini menunjukkan di

Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal bahwa yang sering berkunjung didominasi oleh perempuan.

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-25 Tahun	35	70.0	70.0	70.0
26-35 Tahun	9	18.0	18.0	88.0
36-45 Tahun	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini Sebagian besar berumur 17-25 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 70%, kemudian responden yang berumur 26-35 tahun yaitu sebanyak 9 orang atau 18% dan responden yang berumur 36-45 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau 12%.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	25	50.0	50.0	50.0
Wiraswasta	19	38.0	38.0	88.0
Pegawai Swasta	2	4.0	4.0	92.0
Pegawai Negeri	3	6.0	6.0	98.0
Lain-lain	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini kebanyakan pelajar/mahasiswa sebanyak 25 orang atau 50%. Kemudian, wiraswasta sebanyak 19 orang atau 38%, pegawai swasta sebanyak 2 orang atau 4%, pegawai negeri sebanyak 3 orang atau 6%, lain-lain sebanyak 1 orang atau 2%.

## 4.2.2 Hasil Uji Instrument

### 4.2.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang sudah dibagikan pada 50 responden dinyatakan valid. Untuk uji validitas, jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item

pertanyaan valid. Hasil dari uji validitas dari penelitian tersebut yang diperoleh adalah:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan Validitas
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	1	0,2306	0,974	Valid
	2	0,2306	0,916	Valid
	3	0,2306	0,974	Valid
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	1	0,2306	0,532	Valid
	2	0,2306	0,820	Valid
	3	0,2306	0,865	Valid
Harga (X <sub>3</sub> )	1	0,2306	0,631	Valid
	2	0,2306	0,847	Valid
	3	0,2306	0,782	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,2306	0,644	Valid
	2	0,2306	0,741	Valid
	3	0,2306	0,811	Valid
	4	0,2306	0,737	Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Daya beda item yang digunakan adalah 0,2306. Berdasarkan hasil tabel 4.4 diatas nilai r hitung keseluruhan pernyataan yang disajikan bernilai positif dan lebih besar daripada nilai r tabel. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

#### 4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas yaitu dengan metode Cronbach Alpha jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 maka dikatakan reliabel. Hasil dari uji reliabilitas dari penelitian tersebut yang diperoleh adalah:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,948	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X <sub>2</sub> )	0,619	0,60	Reliabel
Harga(X <sub>3</sub> )	0,614	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,677	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Dari tabel 4.2.2 menunjukkan bahwa kualitas produk (X<sub>1</sub>) nilai Cronbach's Alpha (0,948) lebih besar dari (0,60), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) nilai Cronbach's Alpha (0,619) lebih besar dari (0,60), harga (X<sub>3</sub>) nilai Cronbach's Alpha (0,614) lebih besar dari (0,60), kepuasan pelanggan (Y) nilai Cronbach's Alpha (0,677) lebih besar dari (0,60). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), harga (X<sub>3</sub>) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel.

### 4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residu berdistribusi normal atau tidak. Cara menguji apakah variabel keduanya terdistribusi normal adalah dengan melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang terdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai sig. > 0,05.

Hasil uji normalitas data dengan analisis statistik dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96890428
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.141
	Positive	.106
	Negative	-.141
Test Statistic		.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.3.1 menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,114 dan menunjukkan nilai yang lebih besar dari



0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal.

#### 4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent (tidak terjadi multikolinearitas). Jika nilai tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  dan jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji normalitas data dengan analisis statistik dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.622	1.907		-.326	.746		
	Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073	.868	1.152
	Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001	.298	3.354
	Harga	.449	.207	.317	2.165	.036	.282	3.551

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) diatas, variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* yaitu 0,868; 0,298; 0,282  $> 0,10$  dan

nilai *VIF* yaitu 1,152; 3,354; 3,551 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada model persamaan regresi.

#### 4.2.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar > dari 0,05 maka tidak terdapat autokorelasi. Hasil uji autokorelasi data dengan analisis statistik dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

<b>Runs Test</b>	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.13344
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	25
Z	-.286
Asymp. Sig. (2-tailed)	.775

a. Median

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil analisis uji autokorelasi menggunakan uji Runs Test nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada penelitian tersebut

adalah 0,775 dimana lebih besar dari ( $> 0,05$ ) maka penelitian ini tidak mengalami gejala autokorelasi.

#### 4.2.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika nilai signifikansi (Sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari ( $> 0,05$ ) maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.639	1.153		2.289	.027
	Kualitas Produk	-.249	.086	-.409	-2.897	.006
	Kualitas Pelayanan	.201	.114	.422	1.753	.086
	Harga	-.095	.125	-.187	-.754	.455

a. Dependent Variable: Abres

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil analisis uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai Sig. kualitas produk (X1)  $0,06 > \alpha 0,05$  . untuk nilai Sig. variabel kualitas pelayanan (X2)  $0,086 > \alpha 0,05$  kemudian untuk nilai Sig. harga (X3) sebesar  $0,455 > \alpha 0,05$  yang berarti semua variabel mendapatkan nilai Sig. lebih besar dari ( $> 0,05$ ) maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.2.4 Hasil Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian regresi linier berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10 Koefisien Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.622	1.907		-.326	.746
	Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073
	Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001
	Harga	.449	.207	.317	2.165	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel coefficients tersebut, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,622 + 0,261 X1 + 0,669 X2 + 0,449 X3$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X1: Kualitas Produk

X2: Kualitas Pelayanan

X3: Harga

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar  $-0,622$  secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  sama dengan nol maka nilai  $Y$  adalah  $-0,622$ .
- 2) Koefisien regresi kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar  $0,261$  artinya kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Sedangkan koefisien  $0,261$  dapat berarti bahwa, apabila kualitas produk ( $X_1$ ) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $0,261$ .
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar  $0,669$  artinya kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Sedangkan koefisien  $0,669$  dapat berarti bahwa, apabila kualitas pelayanan ( $X_2$ ) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $0,669$ .
- 4) Koefisien regresi harga ( $X_3$ ) sebesar  $0,449$  artinya harga ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Sedangkan koefisien  $0,449$  dapat berarti bahwa, apabila harga ( $X_3$ ) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $0,449$ .

#### 4.2.5 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan hipotesis. Hipotesis akan diterima apabila hasil penelitian dapat mendukung pernyataan hipotesis dan sebaliknya akan ditolak apabila hasil penelitian tidak mendukung pernyataan hipotesis.

##### 4.2.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial dari masing-masing variabel. Di bawah ini merupakan hasil uji t pada penelitian ini.

Tabel 4.11 Tabel Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.622	1.907		-.326	.746
	Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073
	Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001
	Harga	.449	.207	.317	2.165	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.5.1 dapat disimpulkan bahwa :

a) Dengan membandingkan  $f_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$

Cara mencari t tabel :  $df = n - k = 50 - 4 = 46$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Maka t tabel sebesar = 2.012

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat nilai t hitung maka dapat disimpulkan bahwa :

- Nilai t hitung pada variabel kualitas produk (X1) sebesar  $1.834 < 2.012$  maka menunjukkan bahwa tidak berpengaruh kualitas produk (X1) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $3.531 > 2.012$  maka menunjukkan bahwa berpengaruh kualitas pelayanan (X2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- Nilai t hitung pada variabel harga (X3) sebesar  $2.165 > 2.012$  maka menunjukkan bahwa berpengaruh harga (X3) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

b) Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

kualitas produk (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,073 > 0,05$  maka H1 ditolak, karena kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka H2 diterima, karena kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan. Harga (X3) memiliki nilai signifikansi  $0,036 < 0,05$  maka H3 diterima, karena harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.2.5.2 Hasil Uji F

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Berikut ini merupakan hasil uji F pada penelitian ini:

Tabel 4.12 Tabel Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.815	3	49.605	39.847	.000 <sup>b</sup>
	Residual	57.265	46	1.245		
	Total	206.080	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)



Berdasarkan hasil uji F Pada tabel 4.5.2 disimpulkan bahwa:

a) Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$

Cara mencari F Tabel :  $df 1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$

$df 2 = n - k = 50 - 4 = 46$

$\alpha = 5\% = 0,05$

Maka F tabel sebesar = 2,81

Berdasarkan hasil uji F dengan melihat nilai  $F_{hitung}$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $39.847 > F_{tabel}$  2.81. Maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

nilai signifikan yaitu  $0,00 < 0,05$ , hal ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga simultan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **4.2.5.3 Koefisien Determinasi**

Hasil uji koefisien determinasi ( $Adj. R^2$ ) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi (Adj. R<sup>2</sup>)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.722	.704	1.116

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

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Adj R<sup>2</sup>), nilai Adjusted R Square sebesar 0,704 atau 70,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan sisanya 29.6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 4.3 Pembahasan

Hasil pembahasan masing-masing variabel mengenai uji hipotesis dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 4.3.1 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa kualitas produk (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,073 > 0,05$  sehingga hipotesis satu (H1) ditolak. Hal ini berarti kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

Faktor yang mempengaruhi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena produk yang ditawarkan di Rumah Makan Cahaya Ibu memang banyak dijual di kota Tegal, sehingga produk dilihat oleh pelanggan sebagai produk yang biasa saja. Untuk meningkatkan kualitas produknya, bisa dengan menciptakan sesuatu yang baru seperti rasa, bentuk penyajian makanan, membuat inovasi menu-menu makanan dan minuman yang baru untuk menghindari pelanggan jenuh dengan menu yang ada dan penyajian yang menarik dan dapat memuaskan kebutuhan agar pelanggan kembali berkunjung ke Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

#### **4.3.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

Adanya pelayanan yang diberikan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal tidak pilih kasih, semua konsumen dilayani dengan baik, tetap memberikan senyuman kepada pelanggan yang berkunjung dan selalu bersikap sopan kepada pelanggan.

#### **4.3.3 Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa harga memiliki nilai signifikansi  $0,036 < 0,05$  sehingga hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

Faktor yang mempengaruhi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah harga yang ditetapkan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal sebesar Rp. 15.000 rupiah. Harga yang ditetapkan termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari harga yang terjangkau dan harga yang murah.

#### **4.3.4 Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal**

Hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $39.847 > 2.81$ . Maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,704 yang menunjukkan bahwa kualitas produk, Kualitas Pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 29.6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Produk dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dasar penilaian terhadap suatu layanan produk ini meliputi jenis produk, mutu produk atau kualitas produk dan persediaan produk. Pelayanan merupakan bentuk layanan yang diberikan karyawan dalam usaha memuaskan pelanggan. Harga seringkali digunakan sebagai indikator bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang. Maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu harus ada sinergi diantara variabel independen, yaitu: produk yang ditawarkan harus bervariasi, kualitas pelayanan yang diberikan harus baik dan harga yang ditawarkan harus terlihat baik dimata pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ), terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Berdasarkan hasil pengujian terhadap data yang telah dikumpulkan dan dianalisis menggunakan beberapa pengujian, maka kesimpulan dari hasil pengujian dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis regresi berganda ditunjukkan nilai Kualitas Produk ( $X_1$ ) adalah 1,834 dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,073 > 0,05$ . Maka hal ini  $H_a 1$  ditolak.
2. Dari hasil analisis regresi berganda ditunjukkan nilai Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) adalah 3,531 dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,001 < 0,05$ . Maka hal ini  $H_a 2$  diterima. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dari hasil analisis regresi berganda ditunjukkan nilai Harga ( $X_3$ ) adalah 2,165 dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,036 < 0,05$ . Maka hal ini  $H_a 3$  diterima. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil uji F dengan melihat nilai F hitung maka dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar  $39,847 > F$  tabel 2,81. Maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $Adj R^2$ ), nilai Adjusted R Square sebesar 0,704 atau 70,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan sisanya 29.6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Pada penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai baha pertimbangan bagi pihak Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal disarankan untuk meningkatkan kualitas produk makanan dan minuman agar lebih bervariasi dan ada sesuatu yang baru. Pelayanan Rumah Makan Cahaya Ibu harus mengevaluasi pelayanan dari karyawan agar lebih ramah. Untuk harga, tidak perlu membuat harga menjadi lebih murah agar tidak mengurangi kepuasan pelanggan terhadap cita rasa dari kualitas produk. Pada kepuasan pelanggan, Rumah Makan Cahaya Ibu harus memberikan rasa nyaman saat pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.
2. Bagi peneliti disarankan untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan kepuasan pelanggan meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amstrong, K. a. (2014). *Principles of Marketing 15th ed.* New Jersey: Person Hall.
- [2] Aulia, M. &. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- [3] Boom, L. d. (2012). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3.* Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [4] Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- [5] Djaslim, S. (2003). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian.* Bandung: Linda Karya.
- [6] Edwin, M. S. (2012). Analisis Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Pemasaran Penjualan.*
- [7] Fandi, T. (2011). *Pemasaran Jasa.* Malang.
- [8] Gaspersz, V. (2005). *Total Quality Management.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- [9] Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 37-44.
- [10] Gronross, C. (1990). *Services Management and Marketing: managing the moment of truth in service competition.* Massachusetts: Lexington Books.
- [11] Handi, I. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: PT. Gramedia.
- [12] Ivancevich, J. P. (1997). *Management Quality and Competitiveness (Second Edition).* Chichago: Goffee, R. & G. Jones.
- [13] Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian.* Jakarta: Erlangga.
- [14] Marsum, A. (2005). *Restoran dan segala permasalahannya.* Yogyakarta: Edisi Empat.



- [15] Nurmalia, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *in Proceedings Progress Conference*, (Vol. 1, No. 1, pp. 533-538).
- [16] Oktari, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN(STUDI KASUS PADA USAHA KULINER BAKSO H. SABAR).
- [17] Staton. (2004). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [18] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [20] Suliyanto. (2012). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [21] Wulandari, N. a. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang). (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- [22] Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- [23] Zeithaml, V. M. (2012). *Service Marketing: Integrating Customer Fokus Across the Firm 6th*. Boston.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Kuesioner

## KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS  
PADA RUMAH MAKAN PADANG CAHAYA IBU TEGAL)

---

## Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon diberi tanda checklist (√ ) pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I anggap paling sesuai. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna :
 

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu/Saudara/I berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
5. Terima kasih atas partisipasi anda.

**Identitas Responden**

Nama Responden : .....

Usia :  17 - 25 Tahun  26 - 35 Tahun  
 36 - 45 Tahun  >46 Tahun

Jenis Kelamin :  Laki – Laki  Perempuan

Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  Wiraswasta  
 Pegawai Swasta  Lainnya  
 Pegawai Negeri

1. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Makanan yang dihidangkan rasanya lebih enak dibandingkan dengan tempat makan lain yang menyediakan makanan sejenis.					
2	Porsi makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan keinginan/kebutuhan pelanggan.					
3	Makanan dan minuman yang disajikan aman untuk dikonsumsi.					

(Zakaria, 2017)<sup>[22]</sup>

2. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian.					

2	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung.					
3	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.					

(Zakaria, 2017)<sup>[22]</sup>

### 3. Variabel Harga ( $X_3$ )

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga makanan dan minuman yang ditetapkan terjangkau untuk konsumen.					
2	Porsi makanan dan minuman sebanding dengan harga yang ditawarkan.					
3	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan tempat lain.					

(Wulandari, 2013)<sup>[21]</sup>

### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Makanan yang disediakan sesuai dengan selera pelanggan.					
2	Berminat untuk berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan.					

3	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
4	Merekomendasikan rumah makan ini kepada orang terdekat karena makanan yang dihidangkan sangat enak.					

(Wulandari, 2013)<sup>[21]</sup>

## Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuisisioner

NO RES	KUALITAS PRODUK (X1)				KUALITAS PELAYANAN (X2)				HARGA (X3)				KEPUASAN PELANGGAN (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
1	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	3	17
2	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	3	17
3	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	4	14	5	5	4	4	18
4	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	3	15
5	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
6	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	5	19
7	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
8	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	4	15
9	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	4	14
10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	3	14
11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	2	14
12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	3	13
13	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
14	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
17	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	2	12	5	5	5	5	20
18	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	4	17
19	4	4	4	12	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	2	16

20	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
21	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	5	18
22	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	5	18
23	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	2	15
25	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	5	18
26	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	4	14	5	5	4	3	17
27	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	3	17
28	5	5	5	15	2	5	4	11	5	5	4	14	5	5	4	4	18
29	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	3	15
30	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
31	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	5	19
32	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
33	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	4	15
34	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	4	14
35	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	3	14
36	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	2	14
37	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	3	13
38	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
39	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
40	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
41	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	4	16
42	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	2	12	5	5	5	5	20



43	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	4	17
44	4	4	4	12	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	2	16
45	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
46	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	5	18
47	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	5	18
48	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
49	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	2	15
50	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	5	18

## Lampiran 3 Surat Kesiediaan Membimbing 1

IK | P2M | PHB | 07.d.4.1

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BAHRI KAMAL, SE, MM  
NIPY : 05.015.218  
Jabatan : Pembimbing 1 / ~~Pembimbing 2~~

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

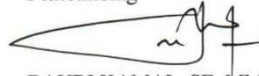
Nama : FARAH DWI FITRIYANA  
NIM : 18030220  
Kelas : 6D  
Judul TA : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : SENIN - JUMAT  
Waktu : 08.00 – 16.00 WIB  
Tempat : Politeknik Harapan Bersama Tegal
2. Hari : SABTU - MINGGU  
Waktu : 08.00 – 11.00 WIB  
Tempat : Rumah (Perumahan Grand Panorama Blok B No.11, Tarub)

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 28 Maret 2021  
Pembimbing

  
BAHRI KAMAL, SE, MM  
NIPY. 05.015.218

CATATAN :

1. Diisi dengan menggunakan ketikan komputer dan menggunakan huruf kapital.
2. \*) : Pilih salah satu

## Lampiran 4 Surat Kesiediaan Membimbing 2

IK	P2M	PHB	07.d.4.1
----	-----	-----	----------

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DRS. MULYADI, MM, Ak  
NIPY : 04.015.213  
Jabatan : ~~Pembimbing 1~~ / Pembimbing 2

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : FARAH DWI FITRIYANA  
NIM : 18030220  
Kelas : 6D  
Judul TA : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN PADANG CAHAYA IBU TEGAL)

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : SENIN - JUMAT  
Waktu : 08.00 – 16.00 WIB  
Tempat : POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL
2. Hari : SABTU - MINGGU  
Waktu : 08.00 – 11.00 WIB  
Tempat : DIRUMAH

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebcnarnya, agar maklum.

Tegal, 28 Maret 2021  
Pembimbing





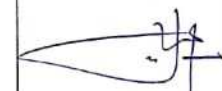


DRS. MULYADI, MM, Ak  
NIPY. 04.015.213

CATATAN :

1. Diisi dengan menggunakan ketikan komputer dan menggunakan huruf kapital.
2. \*) : Pilih salah satu

## Lampiran 5 Buku Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1

No	Hari/ Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1	17 Mei	perbaikan judul	
2	17 Mei	judul ACC	
3	17 Mei	perbaikan proposal revisi pd kengkap daftar & daftar jurnal & Van cover	
4	27 Mei	revisi pd matriks tabel literat dan daftar pustaka	
5	28 Mei	proposal ACC lajit TA	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

No	Hari/ Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
6.	5 Juli 2021	Pengajuan TA Bab 1-3 Revisi koefisien Peterminasi	
7.	11 Juli 2021	Ace TA	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

## Lampiran 6 Output SPSS Uji Validitas X1

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.802**	1.000**	.974**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.802**	1	.802**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	1.000**	.802**	1	.974**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.974**	.916**	.974**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 7 Output SPSS Uji Validitas X2

		<b>Correlations</b>			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.156	.230	.535**
	Sig. (2-tailed)		.278	.107	.000
	N	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.156	1	.606**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.278		.000	.000
	N	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.230	.606**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000		.000
	N	50	50	50	50
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.535**	.820**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 8 Output SPSS Uji Validitas X3

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.515**	.146	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.311	.000
	N	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	.515**	1	.441**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	.146	.441**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.311	.001		.000
	N	50	50	50	50
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.631**	.847**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Lampiran 9 Output SPSS Uji Validitas Y

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.515**	.400**	.256	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.073	.000
	N	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.515**	1	.659**	.204	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.156	.000
	N	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.400**	.659**	1	.393**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.005	.000
	N	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.256	.204	.393**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.073	.156	.005		.000
	N	50	50	50	50	50
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.644**	.741**	.811**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 10 Output SPSS Uji Reliabilitas X1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.948	.952	3

Lampiran 11 Output SPSS Uji Reliabilitas X2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.619	.597	3

Lampiran 12 Output SPSS Uji Reliabilitas X3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.614	.636	3

## Lampiran 13 Output SPSS Uji Reliabilitas Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.677	.731	4

## Lampiran 14 Output SPSS Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96890428
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.106
	Negative	-.141
Test Statistic		.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Lampiran 15 Output Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.622	1.907		-.326	.746		
	Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073	.868	1.152
	Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001	.298	3.354
	Harga	.449	.207	.317	2.165	.036	.282	3.551

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Lampiran 16 Output Uji Autokorelasi

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.13344
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	25
Z	-.286
Asymp. Sig. (2-tailed)	.775

a. Median

## Lampiran 17 Output Uji Heteroskedastisit

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.639	1.153		2.289	.027
Kualitas Produk	-.249	.086	-.409	-2.897	.006
Kualitas Pelayanan	.201	.114	.422	1.753	.086
Harga	-.095	.125	-.187	-.754	.455

a. Dependent Variable: Abres

## Lampiran 18 Uji Persamaan Regresi

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.622	1.907		-.326	.746
Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073
Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001
Harga	.449	.207	.317	2.165	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Lampiran 19 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.722	.704	1.116

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas\_Produk, Kualitas\_Pelayanan

## Lampiran 20 Output SPSS Uji t (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.622	1.907		-.326	.746
	Kualitas Produk	.261	.142	.153	1.834	.073
	Kualitas Pelayanan	.669	.189	.503	3.531	.001
	Harga	.449	.207	.317	2.165	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Lampiran 21 Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.815	3	49.605	39.847	.000 <sup>b</sup>
	Residual	57.265	46	1.245		
	Total	206.080	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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