

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

**Farah Dwi Fitriyana<sup>1</sup>, Bahri Kamal<sup>2</sup>, Mulyadi<sup>3</sup>**

Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,

Email : [frhdwii@gmail.com](mailto:frhdwii@gmail.com)

## **Abstrak**

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.**

## ***ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT RUMAH MAKAN CAHAYA IBU TEGAL)***

### ***Abstract***

*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.***

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dunia bisnis berkembang sangat pesat, salah satunya yaitu bisnis di bidang kuliner. Persaingan menjadi sangat ketat ditandai dengan adanya bisnis rumah makan yang menghasilkan produk sejenis yang sama tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis rumah makan dituntut untuk menciptakan strategi yang menarik perhatian pelanggan untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing. Para pelaku bisnis rumah makan harus selalu melakukan inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar merasa puas terhadap barang telah dibeli.

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. Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu mengenai kualitas pelayanan. 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. Kemudian yang menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan yaitu penetapan harga. 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.

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. Masakan Padang mempunyai jenis masakan seperti: rendang, sayur nangka, kiki, ayam balado, ayam bakar, babad, ikan goreng, pela ati, paru ayam goreng, telur dadar, daun singkong dan masih banyak lainnya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, Rumah Makan Cahaya Ibu terus melakukan pembenahan dari berbagai aspek yang ada. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan diharapkan Rumah Makan Cahaya Ibu dapat bersaing dan lebih unggul dari rumah makan Padang sejenis.

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.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuesioner yang berupa pertanyaan. Dan data kuantitatif yang digunakan adalah berdasarkan jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yaitu pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari 10 Maret sampai dengan 10 Juni 2021. Lokasi penelitian bertempat pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal yang beralamat di Jl. Sepat No 6 Tegalsari, Tegal.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal sebanyak 1.800 orang. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 50 sampel dengan teknik pengambilan data menggunakan sampel *accidental sampling*.

### **Data**

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari daftar kuesioner. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah seperti catatan-catatan, buku, makalah, jurnal dan bacaan.

## **Instrumen**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen yang terdapat pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan harga (X3). Sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

### **Teknik Pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian bersumber dari buku dan jurnal ilmiah. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan menggunakan sampel *accidental sampling*.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu:

- a. Analisis Statistik Deskriptif.
- b. Uji Instrumen terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.
- c. Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi.
- d. Analisis Regresi Linier Berganda.
- e. Uji Hipotesis terdiri dari Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan).
- f. Koefisien Determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal sebanyak 50 sampel, maka diperoleh data responden:

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	15	30%
2	Perempuan	35	70%
Total		50	100%

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Tabel 2 Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase (%)
17-25 Tahun	35	70%
26-35 tahun	9	18%
36-45 tahun	6	12%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Tabel 3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	25	50%
Wiraswasta	19	38%
Pegawai Swasta	2	4%
Pegawai Negeri	3	6%
Lain-lain	1	2%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Uji Validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2014)<sup>[3]</sup>. Dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengujian terhadap validitas dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*.

Hasil Uji Validitas dari variabel Kualitas Produk (X1) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4 Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel hasil Uji Validitas Kualitas Produk

menunjukkan 3 pertanyaan yang diuji dinyatakan valid karena semua instrumen memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

Hasil Uji Validitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan menunjukkan 3 pertanyaan yang diuji dinyatakan valid karena semua instrumen memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

Hasil Uji Validitas dari variabel Harga (X3) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6 Uji Validitas Harga

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Harga (X3)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel hasil Uji Validitas Harga menunjukkan 3

pertanyaan yang diuji dinyatakan valid karena semua instrumen memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

Hasil Uji Validitas dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan menunjukkan 4 pertanyaan yang diuji dinyatakan valid karena semua instrumen memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

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>[4]</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.

Tabel 8 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,948	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,619	0,60	Reliabel
Harga	0,614	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,677	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) nilai Cronbach's Alpha (0,948) lebih besar dari (0,60), kualitas pelayanan (X2) nilai Cronbach's Alpha (0,619) lebih besar dari (0,60), harga (X3) 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 (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel.

Berikut ini adalah hasil Uji Normalitas dengan menggunakan analisis statistik dengan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 9 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 analisis Uji Normalitas menggunakan Kolmogrov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asym. Sig. (2tailed) sebesar 0,114 > alpha 0,05 yang berarti data terdistribusi normal.

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 Multikolinearitas data dengan analisis statistik dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Mode	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.868	1.152
Kualitas Pelayanan	.298	3.354
Harga	.282	3.551

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.

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 11 Hasil 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

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.

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 12 Uji Heteroskedastisitas

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

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.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak bebas (Y). Untuk melihat hubungan antara variabel digunakan rumus regresi berganda (Sugiyono,2014:275)<sup>[3]</sup>.

Tabel 13 Analisis Regresi Linier Berganda

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:

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

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar - 0,622 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X1, X2, X3 sama dengan nol maka nilai Y adalah - 0,622.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,261 artinya kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan koefisien 0,261 dapat berarti bahwa, apabila kualitas produk (X1) ditingkatkan sebesar 1

- satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,261.
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,669 artinya kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan koefisien 0,669 dapat berarti bahwa, apabila kualitas pelayanan (X2) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,669.
  - 4) Koefisien regresi harga (X3) sebesar 0,449 artinya harga (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). sedangkan koefisien 0,449 dapat berarti bahwa, apabila harga (X3) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,449.

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

Tabel 14 Uji t

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

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

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.

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.

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 15 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Mode		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 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, kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikan yaitu  $0,00 < 0,05$ , hal ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 16 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	.652	.644	.891

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

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 22 (2021)

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.

## 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.

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

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga hipotesis kedua (H2) 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 tidak pilih kasih, semua konsumen dilayani dengan baik, tetap memberikan

senyuman kepada pelanggan yang berkunjung dan selalu bersikap sopan kepada pelanggan.

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 (H3) 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. 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.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal)”, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

### **Saran**

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.

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.

#### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE,M.PP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna sari selaku Ka..Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE,MM selaku Dosen Pembimbing I.
4. Bapak Drs. Mulyadi, MM, Ak selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak Aris Irwanto selaku pemilik Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal.

#### **V. DAFTAR PUSTAKA**

<sup>[1]</sup>Aulia, M. &. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga

Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).

<sup>[2]</sup>Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).

<sup>[3]</sup>Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

<sup>[4]</sup>Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

