

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN RAMBUTAN JL. RAMBUTAN PEKANBARU.

DEFFIAN ZAMAN,S.E.,M.M¹,KHOIRUL RIZKI MAYVERA²

¹Institut Teknologi dan Bisnis Master, Indonesia *Defian.z2019@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui . Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pad Rumah Makan Rambutan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan variabel independent kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Sampel penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang makan di rumah makan rambutan. Sampel dilakukan dengan Teknik nonprobability sampling – sampling aksidental yakni Teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas. Pengmpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan langsung kepada pelanggan yang makan di Rumah Makan Rambutan sebanyak 97 kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan data kuantitatif yang dianalisis dengan statistik menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 4,089 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Harga secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 3,500 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rambutan dengan nilai F-hitung sebesar 27,049 sedangkan F-tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi nilai Adjusted R Square sebesar 0,357 atau 35,7% hal ini berarti 35,7% dari variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan

ARTICLE HISTORY

Diterima 07 April 2023

Direvisi 12 Juni 2023

Diterima 15 Juli 2023

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin kuat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang baik. Pelaku usaha dituntut harus biasa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. (Ridwan & Febrian, 2021).

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karna itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan suatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Laporan Data Pendapatan Rata-Rata Perbulan Rumah Makan Rambutan Periode 2019-2020

No	Tahun	Target Bulanan	PendapatanRata-Rata Perbulan
1	2019	Rp 80.000,000	Rp 120.000,000
2	2020	Rp 80.000,000	Rp 50.000,000
3	2021	Rp 80.000,000	Rp 90.000,000

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Defian.z2019@gmail.com

ISSN xxxxxx (print/ISSN) xxxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

Dari tabel 1.1 Diatas terlihat bahwa terjadi ketidak stabilan pendapatan Rumah Makan Makan. Turun naiknya jumlah pendapatan Rumah Makan Rambutan disebabkan beberapa faktor seperti banyaknya persaingan dengan rumah makan yang lain, masa pandemi Covid 2020 dan karena pelanggan merasa ketidak puasan terhadap pelayanan sehingga menyebabkan ketidak stabilan kepuasan konsumen yang pada akhirnya menyebabkan konsumen enggan melakukan keputusan pembelian. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu Rumah Makan , akan menciptakan kepuasan bagi konsumen dan begitu pula sebaliknya. (Fitri & Febriyani, 2021).

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

Tabel 1.2 Hasil Wawancara Kepada Pelanggan

No	Pelanggan	Komentar Pelanggan
1.	Pelanggan Rumah makan Rambutan	Rasanya Enak Pelayanan sedikit lambat Harganya Mahal
2.	Pelanggan Palupuah Jaya	Rasanya lumayan Pelayananya Cepat Harganya Terjangkau
3.	Rumah Makan Serasi Jaya	Rasanya Kurang Pelayanannya bagus Harganya Murah

Sumber:Rumah Makan Rambutan

Dari tabel 1.1 diatas, gambaran ketidakpuasan konsumen rumah makan. Konsumen merasa bahwa rumah makan belum memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan demikian, rumah makan sebaiknya bisa memberikan kepuasan kepada konsumen dengan usaha-usaha yang bisa membuat konsumen datang kembali. (Hsb & Tania, 2021).

Selain kualitas Pelayanan, harga juga mempengaruhi faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena meamtokan harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian,Karna harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsuen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Menurut Nurmansyah (2018:136) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanan. Untuk menentukan harga produk, diperlukan pertimbangan agar tepat tantara kualitas produk dan nilai jual dari produk tersebut. Hal ini demikian dimaksudkan agar produk tersebut terjangkau untuk semua kalangan. Bagi konsumen harga menjadi bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli produk. Kepuasan konsumen tergantung dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan adalah Tindakan seseorang mapun organisasi dalam memberikan kepuasan pada konsumen. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang (Kasmir , 2017:47).

Kepuasan Konsumen merupakan faktor pertama yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis.Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner menurut para

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Defian.z2019@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

pengusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar membawa kesan yang baik bagi konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen bisa membawa dampak positif dan menambah konsumen baru. Rumah Makan Rambut Beralamat Dijalan Rambutan, Kec marpoyan Damai Pekanbaru Yang Bergerak Dalam Bidang Kuliner

Tabel 1.3 Perbandingan Harga Rumah makan

No	Nama Rumah Makan Ampera	Menu	Harga
1	Rumah Makan Ampera Rambutan	1. Rendang Daging 2. DendengBatokok 3. Ayam Rendang	1. 15.000 2. 15.000 3. 13.000
2	Rumah Makan PalupuahJaya	1. Rendang Daging 2. DendengBatokok 3. Ayam Randang	1. 15.000 2. 15.000 3. 11.000
3	Rumah makan Serasijaya	1. Rendang Daging 2. DendengBatokok 3. Ayam Randang	1. 14.000 2. 14.000 3. 10.000

Sumber:Rumah Makan Rambutan

Berdasarkan Table 1.2 Di atas dapat dilihat adanya perbandingan harga pada 3 rumah makan tersebut dengan demikian pelanggan dapat memilih tempat yang diinginkan yang sesuai dengan harga yang paling murah. Pada wawancara penelitian kepada owner rumah makan rambutan omset sehari kurang lebih 3 juta rupiah.

Dilihat dari kondisi serta keadaan di rumah makan rambutan saat ini kurangnya pelayanan dalam memenuhi permintaan pelanggan termasuk salah satu indikator pelayanan adalah responsive yakni berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka. Hal ini tentu saja memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan karena kurangnya rasa nyaman karena menunggu terlalu lama. Selain itu harga adalah hal yang harus di pertimbangkan oleh pelanggan di saat pembelian makanan, semakin ramah harga di kantong pelanggan, semakin banyaknya minat pelanggan untu membeli di rumah makan rambutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul tentang **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN RAMBUTAN"**.

Dukungan teoritis

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2008). Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini konsumen sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Yoeti (2001), dalam satu studi mengenai kualitas pelayanan yang melibatkan 800 (delapan ratus) pengguna jasa berusia 25 tahun disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Tangibles, atau bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan dari keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan karyawan.
2. Reability atau suatu andalan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pengguna jasa yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pengguna jasa tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Responsiveness atau ketanggapan adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif dan tepat kepada pengguna jasa dengan penyampaian informasi yang jelas. Tidak membiarkan pengguna jasa menunggu tanpa adanya suatu alasan

yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Assurance atau jaminan dan kepastian adalah pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pengguna jasa kepada perusahaan yang terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Empathy adalah memberikanyang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pengguna jasa dengan berupaya memahami keinginan mereka. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman' bagi pengguna jasa.

Harga

Harga Menurut Kotler (2001) adalah sebuah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih' jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian.' Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai

Menurut Gaspersz (2005) harga dalam penelitian ini didefinisikan menggunakan tiga indikator yang mencirikan yaitu:

1. harga yang terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen
2. harga harus memiliki daya saing dengan harga produk lain
3. kesesuaian antara harga dengan

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian awal bagi konsumen maka dari itu untuk memberikan rasa puas pada pelanggan ini perlu menciptakan rasa nyaman, aman dan terpercaya bagi konsumennya. Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipresepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipresepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Menurut Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa dalam menentukan kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk; Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan; Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional; Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga; Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya; Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Metode

Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti melakukan penelitian pada Rumah Makan Rambutan yang beralamat di JL. Rambutan, Kec. Marpoyan Damai, Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Agustus sampai dengan selesainya.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan sifatnya data primer dikategorikan menjadi 2

macam:

Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa kalimat atau pertanyaan bukan berupa angka. Data kualitatif meliputi data-data yang berskala nominal dan ordinal. Contoh : jenis kelamin, agama dan pendapatan seseorang.

Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka misalnya jumlah penduduk, data kuantitatif bersifat objektif.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Data sekunder internal

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2017:20), data internal adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga itu sendiri dan data tersebut dipergunakan untuk keperluan lembaga itu sendiri.

Data sekunder eksternal

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2017:20), data eksternal adalah data yang diperoleh dari media masa, Lembaga lain dan buku-buku.

Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Rambutan.

Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada nonprobability sampling – sampling aksidental yakni teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas. Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus. Berdasarkan perhitungan maka penulis menggenapi sampelnya menjadi 97 responden yang dating di rumah makan Rambutan.

Pembahasan

Gambaran Umum Perusahaan

Usaha Rumah Makan Rambutan Pekanbaru adalah usaha yang bergerak dibidang Rumah Makan. Rumah makan ini sudah bergerak sejak tahun 2019 didirikan oleh bapak Daud Awang Sembiring. Sampai saat ini Rumah Makan Rambutan Masih Menyewa karna ketatnya persaingan sehingga Rumah Makan Rambutan belum memiliki cabang. Rumah makan ini memiliki 4 orang karyawan, dan mempunyai banyak menu.

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan rambutan Kota Pekanbaru, responden yang digunakan sebanyak 97 orang responden. Para responden telah melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian.

Bagian ini akan memberikan gambaran umum mengenai responden dilihat dari kelompok jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel

5.1 berikut ini :

Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
		n	

1.	Laki-Laki	60	61,85%
2.	Perempuan	37	38,14%
Jumlah		97	100

Sumber : Data Rumah Makan Rambutan Pekanbaru

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dilihat bahwa responden rumah makan rambutan pekanbaru yang berjenis laki-laki lebih sebanyak 60 responden (61,85%) dari pada responden perempuan sebanyak 37 responden (38,14%).

Karakteristik responden berdasarkan umur, dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2 Umur Responden

NO	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	21-30 Tahun	70	72,16%
2.	31-40 Tahun	10	10,30%
3.	41-50 Tahun	10	10,30%
4.	>50 Tahun	7	7,21%
Jumlah		97	100

Sumber : Data Rumah Makan Rambutan Pekanbaru

Dari Tabel 5.2 diatas dapat dilihat berdasarkan usia. Yang berusia 21-30 tahun berjumlah sebanyak 70 responden(72,16%) yang berusia 31-40 tahun berjumlah 10 responden (10,30) yang berusia

41-50 tahun berjumlah 10 responden (10,30%) dan yang diatas 50 tahun berjumlah 7 responden (7,21%) Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan, dapat dilihat pada tabel 5.3 sebagai berikut :

Tabel 5.3 Pendidikan Responden

NO	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	SD	10	10,30 %
2.	SMP	10	10,30%
3.	SMA/SMK	60	61,85%
4.	Diploma 3	5	5,154%
5.	Strata 1 (S1)	12	12,37%
Jumlah		97	100

Sumber : Data Rumah Makan Rambutan Pekanbaru

Dari Tabel 5.3 diatas dapat dilihat berdasarkan pendidikan. yang berpendidikan SD berjumlah sebanyak 10 responden (10,30%) yang berpendidikan SMP berjumlah sebanyak 10 responden (10,30%) yang berpendidikan SMA/SMK berjumlah sebanyak 60 responden (61,85%) dan yang berpendidikan D3 sebanyak 5 responden (5,154%) dan S1 berjumlah 12responden (12,37%) responden

Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X1) adalah 252 (37,11%) responden yang berada pada kategori sangat setuju, 359 (52,87%) responden pada kategori setuju,

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Defian.z2019@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

65 (9,58%) responden pada kategori cukup setuju, 3 (0,44%) responden pada kategori tidak setuju dan 0 (0%) responden pada kategori sangat tidak setuju. Adapun rata-rata tanggapan adalah 4,24 yang berada pada skala interval 4,21-5,00, hal ini menunjukkan bahwa rekapitulasi tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan (X1) adalah sangat setuju.

Tentang Harga

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X2) adalah 201 (39,59%) responden

yang berada pada kategori sangat setuju, 180 (47,84%) responden pada kategori setuju, 24 (10,93%) responden pada kategori cukup setuju, 4 (1,44%) responden pada kategori tidak setuju dan 0 (0%) responden pada kategori sangat tidak setuju. Adapun rata-rata tanggapan adalah 4,25. yang berada pada skala interval 4,21-5,00, hal ini menunjukkan bahwa rekapitulasi tanggapan responden terhadap harga (X2) sangat setuju.

Kepuasan pelanggan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (Y) adalah 275 (40,44%) responden yang berada pada kategori sangat setuju, 346 (50,88%) responden pada kategori setuju, 49 (7,21%) responden pada kategori cukup setuju, 10 (1,47%) responden pada kategori tidak setuju dan 0 (0%). Adapun rata-rata tanggapan adalah 4,30. yang berada pada skala interval 4,21- 5,00, hal ini menunjukkan bahwa rekapitulasi tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) sangat setuju.

Kesimpulan

Sebagai akhir penulisan pada bab ini berdasarkan hasil analisis dan pembahasanyang telah dijelaskan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. $Y = 9,954 + 0,402X_1 + 0,384X_2$ Makna interpretasi dari persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :
 - a. Konstanta sebesar 9,954 artinya jika pelayanan (x_1) dan harga (x_2) nilainya 0 (nol) maka kepuasan pelanggan nilainya adalah. 9,954
 - b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (x_1) sebesar 0,402 artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan (x_1) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,402. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan (x_1) dengan kepuasan pelanggan (y), semakin naik kualitas pelayanan (x_1) maka semakin naik kepuasanpelanggan (y).
 - c. Koefisien regresi variabel harga (x_2) sebesar 0,384 artinya variabel independent lain nilainya tetap dan variabel harga (x_2) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,384. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga (x_2) dengan kepuasan pelanggan (y).
2. Berdasarkan Hasil Uji T
 - a. Kualitas pelayanan dengan nilai t hitung 4,089 dan nilai t tabel 1,984 sehingga t hitung > t tabel atau $4,089 > 1,984$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Harga dengan nilai t hitung 3,500 dan nilai t tabel sebesar 1,984 sehingga thitung > t tabel atau $3,500 > 1,984$ dan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ yang artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Berdasarkan Hasil Uji F
 - a. Diketahui F hitung sebesar 27,049 dan F tabel sebesar 3,09, atau $27,049 > 3,09$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (x_1) dan harga (x_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (y).
4. Berdasarkan Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
 - a. Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,357. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independent (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 35,7% atau variasi variabel independent (kualitas pelayanan dan harga) yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan sebesar 35,7% variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh

variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian maka penulis memberikan saran sebagai berikut

1. Sebaiknya pihak rumah makan ampera rambutan Pekanbaru mengevaluasi hal-hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan, sehingga kedepannya akan menjadi lebih baik.
2. Dalam menghadapi persaingan, disarankan bagi pihak rumah makan ampera rambutan Pekanbaru untuk selalu memperhatikan harga menu yang cukup kompetitif dari pesaing, guna mencapai keuntungan yang lebih baik.
3. Kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan karena hal ini sesuai dengan visi dan misi dari rumah makan ampera rambutan Pekanbaru yang selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar mempertimbangkan faktor lain selain variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Jika menggunakan variabel yang sama tetapi menggunakan pendekatan yang berbeda secara teori maupun konseptual, agar dapat hasil yang diteliti lebih empiris.

Referensi

- Amstrong & Kotler. (2012) Dasar-Dasar. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Amstrong & Kotler 2015, " Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" England: Pearson Education, Inc
- Alma. (2011), manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- AriSetyaningrum. (2015) Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Assauri. 2014, Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persabda: Jakarta.
- Assauri. Sofjan. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda.
- Haerul (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan pada Rumah Makan Kuning Kuning pada kota Palopo.
- Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persabda.
- Kotler dan keller (2012) Marketing Management, Person Education/
- Kotler, (2017). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kothler, Philip 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Ahli bahasa: Bob sabran, Jakarta : Erlangga
- Kothler, Philip 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Ahli bahasa: Bob sabran, Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller (2020) . Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Di Pekanbaru.
- Marwatuljannah Laily (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Running Korea Street
- Nurmansyah. 2018. Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Unilak Pers Rumbai.
- Oliver 2010. Satisfaction: A Behavioral Perpective on The Coustomer: New York: McGraw-Hil.
- Utari putri (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Gowata Sakti Motor
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.CV
- Sutrisna & Novia (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi di Pekanbaru (Studi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru). Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Tjiptono, 2014. Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia Publising. Tjiptono, 2012. Pemasaran Jasa. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2 Yogyakarta: Andi