

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
(Studi Pada Kedai HK Kabupaten Sumenep)

M. Arif Ferdiyansyah, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdiyanto

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: arif.saronggi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling* dengan jumlah 100 responden. Analisis data dilakukan dengan melakukan pengujian hipotesis dan mengetahui hubungan secara parsial (uji t) maupun simlutan (uji F). 100 responden serta menggunakan komputer Program SPSS 16.

Berdasarkan uji parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan $0,024 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,293 > t$ tabel 1,989, dan berdasarkan uji persial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung ($6,525 > t$ tabel 1,989). Secara simultan dapat nilai signifikan sebesar sebesar 0,000. Nilai tersebut $< sig$ 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar $39,723 > F$ tabel di temukan sebesar 3,09 bahwa dalam penelitian ini variabel harga dan kualitas pelayanan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACK

This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction. The type of research used in this study is a quantitative type. Data collection techniques using a questionnaire. The sampling technique is accidental sampling with a total of 100 respondents. Data analysis was carried out by testing the hypothesis and knowing the relationship partially (t test) or simultaneously (F test). 100 respondents and using the SPSS 16 program computer.

Based on the partial test, the price has a significant effect on customers satisfaction in the HK restaurant. This can be proven by a significant value of $0,024 < 0,05$ and a t-count value of $2,293 > t$ -table of 1,989 and based on the partial test of service quality, it has a significant effect on cusomers' satisfaction in HK Restaurant. This can be proven by a significant value of 0,05 ($0,000 < 0,05$) and a t-count value of ($6,525 > t$ tabel 1,989) simultaneously can be value while the F table is found to be 3,09, which is significant at 0,000. The value is $< sig$ 0,05 in addition, the calculated F value is 39,723 while the F table was found to be 3,09 thar in this research, the price and service quality variables had a positive and significant influence on customers satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang bisnis saat ini menjadi pekerjaan khusus bagi seorang pengusaha, seiring perkembangan waktu bidang bisnis mulai semakin pesat. Berbagai usaha-usaha dilakukan untuk mencapai tujuan yang perlu di inginkan yang mana ditentukan setiap perusahaan biasanya melalui kegiatan seperti halnya dalam pemasaran, dimana suatu proses kegiatan sosial yang berupa kelompok maupun individu untuk memperoleh keinginan dengan sebuah penawaran, dan secara terbuka saling tukar menukar barang dengan kelompok lain.

Menurut Kotler dan Keller (2011) kepuasan (*satisfaction*) ialah perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi. Sependapat dengan Kotler dalam Kaihatu dkk, (2015 : 6) memberikan definisi kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan pendapat diatas, yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Haerul Isra Harun (2013) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Kedai HK Kabupaten Sumenep”

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?

Tinjauan Pustaka

Harga

Menurut Lutfiyanto (2016:233) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk produk perusahaan (pengorbanan yang diberikan konsumen untuk mendapatkan kualitas yang dipersiapkan). Menurut Nandan & Wilhelmus (2012 : 61) harga adalah suatu alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu organisasi (*marketing objectives*). Harga merupakan alat yang sangat penting, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli di dalam sektor publik.

Kualitas Pelayanan

Pujawan (2010 : 97) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Tjiptono (2010 : 24) yang mengatakan bahwa kualitas jasa/pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2011).

Menurut Harun (2013), kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Berdasarkan Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu produk/jasa akan mengalami perubahan seiring dengan waktu. Ada begitu banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Secara teori, Tjiptono (2012: 67) mengemukakan bahwa harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan

Didalam penelitian terdahulu menurut Firdiyansyah (2017), dijelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga yang sesuai dengan persepsi konsumen akan sebuah produk atau jasa menimbulkan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2010: 24) yang mengatakan bahwa kualitas jasa/pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Dewi Nurmasari Pane (2018) Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan parsial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode dalam penelitian ini sebagai metode ilmiah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang meliputi kongkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Dalam metode kuantitatif data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Jl . Trunojoyo No. 5A Kolor Sumenep. Waktu pelaksanaan penelitian ini di mulai pada Desember 2021 s.d Mei 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi

“Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:130)”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian di Restoran Kedai HK sehingga populasinya tak terhingga.

Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel diambil dari populasi guna meningkatkan dana, tenaga dan waktu. Nantinya, apa yang dijadikan sampel dan dipelajari, itulah yang akan

menjadi hasil kesimpulan untuk populasi tersebut. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian di Kedai HK.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:136). Adapun teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018:138).

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, sehingga teknik pengumpulan data berbentuk kuesioner. Kuesioner tersebut dikirimkan kepada responden dengan cara peneliti memberi kuesioner kepada konsumen Kedai HK pada saat membeli. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh jawaban dengan tingkat respon yang tinggi.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018: 38), operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sebagai mana yang dimaksud :

Variabel Dependen

Variabel Terikat (*Dependen*) yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y)

Variabel Independen yang diteliti dalam penelitian ini yaitu : Harga (X1), Kualitas Konsumen (X2)

Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis terlebih dahulu agar mempermudah dalam melakukan pengambilan keputusan. Adapun analisis - analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan valid atau tidak validnya suatu kuesioner yang telah disebarkan. “Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2013: 53).

Uji validitas kuesioner menggunakan program statistik SPSS 16.0. Uji validitas dapat dilihat dari koefisien korelasi.

Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017:130) mengatakan bahwa reliabilitas mengarah pada sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden sehingga kesungguhan jawaban dapat dipercaya. Dengan demikian uji reliabilitas dapat menunjukkan apakah alat ukur yang digunakan dapat diterapkan pada objek penelitian yang sama secara berulang-ulang dapat menghasilkan dan mendekati ukuran sebelumnya.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:160) mengatakan bahwa Uji Normalitas

bertujuan untuk “mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Dan untuk mengetahui data normal atau tidak salah satunya dengan uji statistik parametrik *Kolmogrov Smirnov test* (K-S). Menurut Ghozali (2016:160) ”Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiono (2018 : 300) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual. Model regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi X_1, X_2

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Variabel yang tidak di teliti

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen" (Ghozali, 2013:98). Adapun kriteria hipotesis diterima apabila *probability value* (*p value*) $< 0,05$ sedangkan hipotesis ditolak apabila *p value* $> 0,05$.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas (n

- k), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan valid atau tidak validnya suatu kuesioner yang telah disebarkan. “Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2013: 53).

Variabel Harga (X1)

Tabel 1 Variabel Harga

Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0,477	0,1966	Valid
X1.2	0,515	0,1966	Valid
X1.3	0,743	0,1966	Valid
X1.4	0,628	0,1966	Valid
X1.5	0,472	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Menunjukkan variabel Harga hasil uji validitas menggunakan SPSS memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0.1966

Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 2 Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
X2.1	0.367	0,1966	Valid
X2.2	0.576	0,1966	Valid
X2.3	0.422	0,1966	Valid
X2.4	0.378	0,1966	Valid
X2.5	0.304	0,1966	Valid
X2.6	0.553	0,1966	Valid
X2.7	0.574	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Menunjukkan variabel Pelayanan hasil uji validitas menggunakan SPSS 16 memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0.1966.

Kepuasan Konsumen (Y)

Menunjukkan variabel Konsumen hasil uji validitas menggunakan SPSS memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0.1966.

Tabel 3 Uji Validitas Konsumen

Item	Nilai r	Nilai r	Keterangan
Y1	0,483	0,1966	Valid
Y2	0,278	0,1966	Valid
Y3	0,608	0,1966	Valid
Y4	0,615	0,1966	Valid
Y5	0,625	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk menguji Reliabilitas Konsistensi adalah Alpha Cronbach yaitu derajat ketepatan yang handal, ketelitian/akurasi yang ditinjau oleh instrumen pengukuran. Teknik menggunakan koefisien Alpha Cronbach dengan kriteria hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	17

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel koefisien Alpha yang cukup besar yaitu 0,714 lebih besar dari 0,60 dapat di katakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari item/butir/kuesioner adalah sangat Reabilitas.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:160) "Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51364050
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.065
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.020
Asymp. Sig. (2-tailed)		.249

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Berdasarkan tabel uji *kolmogorof-smirnov* dapat diketahui bahwa nilai unstandardized residual memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,249 yang berarti $> 0,05$ atau 5%, ini mengartikan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Hasil Analisis Linier Berganda

Menurut Sugiono (2018 : 300) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual.. Model regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.225	2.034		1.586	.116
x1	.177	.077	.196	2.293	.024
x2	.480	.074	.556	6.525	.000

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Dari tabel diatas dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 3,225 + 0,177 X_1 + 0,480 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien Regresi X₁, X₂

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Pelayanan

e = Variabel yang tidak di

teliti

1. Konstanta (a) Nilai konstanta (a) sebesar 3,225 menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) diasumsikan dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 3,225.
2. Harga (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nilai Koefisien regresi untuk variabel Harga (X₁) sebesar 0,177 satuan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel Harga (X₁), satu satuan variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,177 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan (X₂) sebesar 0,480. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas Pelayanan (X₂) satu satuan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,480 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2013), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel terikat. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan ketentuan hipotesis:

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3.225	2.034	1.586	.116
	x1	.177	.077	.196	.024
	x2	.480	.074	.556	.000

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X₁ terhadap Y adalah sebesar 0,024 < 0,05 dan nilai t hitung 2,293 > t tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H₀ ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H₁ yang berarti terdapat pengaruh X₁ terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Kedai HK.

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 6,525 > t tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H₀ ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H₂ yang berarti terdapat pengaruh X₂ terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK.

Hasil Uji F (Simultan)

Hasil hipotesis F dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185.770	2	92.885	39.723	.000 ^a
	Residual	226.820	97	2.338		
	Total	412.590	99			

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Berdasarkan data di atas diketahui nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut < sig 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar 39,723 sedangkan F tabel di temukan sebesar 3,09 yang berasal dari (k : n-k) (2 : 100-2) = (2:98) maka nilai F hitung 39,723 > F tabel 3.09 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H3 yang berarti terdapat pengaruh harga (X1) kualitas pelayanan(X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen kedai HK.

Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016:87) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.” Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.450	.439	1.52917

Sumber : Data diolah SPSS 16. Oktober 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,450 atau 45,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) di pengaruhi sebesar 45,0% oleh variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sedangkan sisanya (100%-45,0% =0,55%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Uji t terhadap indikator harga (X1) di dapatkan t hitung sebesar 2,293 dengan signifikan sebesar 0,024. Karena t hitung > t tabel (2,293 > 1,989) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 (0,024 < 0,05) maka secara parsial variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai HK.

Dari hasil ini uji t diatas maka hal ini menguatkan teori irawan (2004:37) Jika harga murah dan kualitas yang di rasakan bermanfaat akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang tinggi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Alvionita Sari dkk. (2022) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar” yang menunjukkan hasil bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan distribusi jawaban responden yang telah diolah menggunakan SPSS dapat diketahui nilai

rata-rata per item yaitu X1.1 (Harga produk di kedai HK terjangkau). dengan rata-rata 4,62. X1.2 (Harga produk di kedai HK sesuai dengan kualitas produknya). Dengan rata-rata 4,23 Pada X1.3 (Harga produk di kedai HK dapat bersaing dengan harga produk di tempat lain). dengan rata-rata 4,06. Pada X1.4 (Harga produk di kedai HK sesuai dengan manfaat produknya). dengan rata-rata 4,13. Pada X1.5 (Harga produk di kedai HK sesuai dengan hasil yang diinginkan). dengan rata-rata 4,13.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Uji t terhadap indikator kualitas pelayanan (X2) didapatkan t hitung sebesar 6,525 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena t hitung $> t$ tabel ($6,525 > 1,989$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Restoran Kedai Hk.

Uraian diatas hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK.

Dari hasil uji t diatas maka hal ini menguatkan teori (Warsito, 2008:99), bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor pelayanan dan harga. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Indra Firdiyansyah (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”. yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan distribusi jawaban responden yang telah diolah menggunakan SPSS dapat diketahui nilai rata-rata per item yaitu X2.1 (Kedai HK memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan). Dengan rata-rata 4,47. X2.2 (Kedai HK meminimalisir kesalahan dalam pelayanan). Dengan rata-rata 4,18. X2.3 Kedai HK selalu siap dan tanggap merespon pelanggan). Dengan rata-rata 4,27. X2.4 Karyawan kedai HK melayani dengan sopan). Dengan rata-rata 4,24. Pada X2.5 Karyawan kedai HK mempunyai pengetahuan yang cukup). Dengan rata-rata 4,20. Pada X2.6 (Karyawan kedai HK memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen sehingga konsumen merasa aman dan nyaman). Dengan rata-rata 4,23. Pada X2.7 (Karyawan berpenampilan rapi dan profesional saat melayani konsumen). Dengan rata-rata 4,23

Kesimpulan

Berdasarkan apa yang di dapat dari hasil pengujian dan pembahasan mengenai harga terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK maka dapat ditarik sebagai kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) Berdasarkan hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini dapat di buktikan dengan nilai Signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,293 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H1 yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa harga

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK.

2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) didapat nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,525 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H2 yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK.
3. Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut $< sig$ 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar 39,723 sedangkan F tabel ditemukan sebesar 3,09 yang berasal dari $(k : n-k) (2 : 100-2) = (2 : 98)$ maka nilai F hitung $39,723 > F$ tabel 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H3 yang berarti terdapat pengaruh harga (X1) kualitas konsumen (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di kedai HK.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Kedai HK Berdasarkan hasil Uji t terhadap variabel hasil uji t (parsial) pengaruh kualitas pelayanan (X2)

terhadap kepuasan konsumen (Y) didapat nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,525 > t$ tabel 1,989 maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai HK. Dilihat dari segi indikator pada variabel pengaruh kualitas pelayanan (X2) yang nilainya rendah yaitu 4,18. Hal ini pihak restoran harus lebih teliti dan focus terhadap kebersihan restoran agar konsumen dapat menilai layak tidaknya tempat makan konsumen tersebut. Jika pihak restoran tidak memperhatikan kebersihan restoran, konsumen berhak memberikan complain atas kurangnya kebersihan restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2009a. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga.

- Jakarta. , 2009b. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta..
- Malik, Muhammad Ehsan., Ghafoor, Muhammad Mudasar., Iqbal, Hafiz Kashif. 2012. “Impact of 15 Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector”. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 23, December 2012, 123-129
- Nandan dan Wilhlemus. (2012). Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Pane, N, D. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasa Rumah Makan Sidempoon Medan. Skripsi 1-90.
- Pujawan. (2010). Riset Pemasaran Kontemporer, Edisi Pertama . Jakarta : Salemba Empat Stanton J. William, 2010, Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7, Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.