

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNK BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION IN BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO*

Oleh:

¹Dealisna Pantilu²Rosalina A.M. Koleangan³Ferdy Roring¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹pantiludealisna@yahoo.com²rosalina_koleangan@gmail.com³Ferdy_rg77@gmail.com

Abstrak: Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini dilihat dari tingkat eksplanasi merupakan jenis penelitian asosiatif dan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Warunk Bendito bertempat di Kawasan Megamas Manado. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Warunk Bendito. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan metode kuesioner. Secara umum analisis linear berganda digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Di harapkan agar Warunk Bendito meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang sudah ada serta tetap memperhatikan kestabilan harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan minat Pelanggan serta memberikan rasa puas kepada Pelanggan yang datang ke Warunk Bendito.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, harga, fasilitas, kepuasan pelanggan.*

Abstract: *Customer satisfaction is a level where the needs, desires and expectations of customers can be fulfilled which will lead to repeat purchases or continued loyalty. The more fulfilled expectations of expectations from consumers, of course consumers will be more satisfied. This research was conducted to determine the effect of service quality, price and facilities on customer satisfaction. This type of research is seen from the level of explanation is a type of associative and descriptive research. This research was conducted at WarunkBendito located in the Megamas Manado area. The population in this study were all Warunk Bendito customers. Data collection techniques used in this study, using a questionnaire method. In general, multiple linear analysis is used to examine the influence of several variables of service quality, price and facilities on customer satisfaction variables. The results showed that Price, Quality of Service and Facilities simultaneously affect Customer Satisfaction. It is hoped that Warunk Bendito will improve the quality of existing services and facilities while still paying attention to the price stability offered, it will increase customer interest and give satisfaction to customers who come to Warunk Bendito.*

Keywords: *service quality, price, facilities, customer satisfaction*

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan.

Dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan memiliki prospek yang cukup bagus. Sehingga kondisi seperti ini membuat persaingan menjadi semakin kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu menggunakan berbagai cara agar dapat menarik pelanggan melalui kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan 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 yang lebih dari yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan sangat puas.

Fasilitas juga merupakan salah satu penunjang bisnis, dimana dengan adanya fasilitas dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Warunk Bendito salah satu *cafe* yang terletak di kawasan megamas, kota manado. *Cafe* ini menjual berbagai jenis makanan dan minuman, harga yang ditawarkan juga terjangkau oleh konsumen. Menu makanan dan minuman juga beragam, selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik *cafe* ini. Terdapat beberapa pilihan *cafe* yang berada disekitaran kawasan megamas, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih *cafe* tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun fasilitas. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga serta fasilitas yang ada di *cafe* tersebut.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA**Pemasaran**

Pemasaran (*marketing*) merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan dan pemegang saham). Sebagai ilmu, *marketing* merupakan ilmu pengetahuan yang objektif yang diperoleh dengan penggunaan instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis dalam membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai. Sebagai strategi bisnis, *marketing* merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis baik dalam lingkungan mikro maupun lingkungan makro yang terus berubah (Hasan, 2013).

Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan pelanggan yang puas dan juga loyal, produk yang berkualitas. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda mengartikannya secara berlainan. Secara sederhana kualitas diartikan sebagai produk yang bebas cacat (Tjiptono, 2008).

Harga

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Hasan, 2013).

Fasilitas

Menurut Agus Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama berada di warunk bendito.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) dalam jurnal Walangitan (2017) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Penelitian Terdahulu

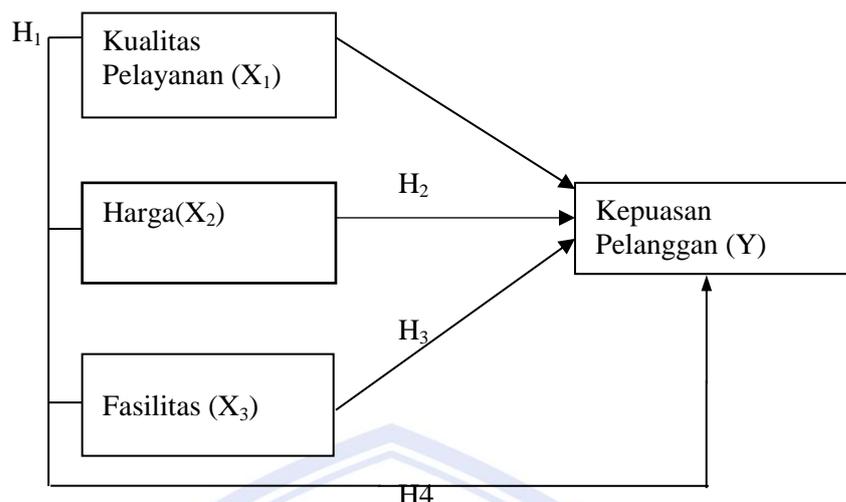
Aditya (2016) dengan judul Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada toko busana arrival mode jember). Hasil uji kualitas produk, harga, lokasi, promosi, kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai signifikan yang berarti bahwa hipotesis mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.

Martini (2015) dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic Martini (2015). Hasil dari penelitian harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic pada masyarakat Kabupaten Kudus dibuktikan dari hasil uji- t untuk harga menunjukkan t hitung lebih besar dari nilai t. Kedua, kualitas mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil nilai t.

Rebeka dan Sugiarto (2015) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang). Hasil pengujian regresi untuk harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian menunjukkan nilai signifikan dan 3 hipotesis diterima.

Bailia (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya jumlah atau persentase sumbangan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.

Ratnasari dan Harti (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel kualitas produk, harga, lokasi, kualitas layanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran**Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian***Sumber : Hasil Olah Data, 2018***Hipotesis Penelitian**

- H₁: Kualitas Pelayanan secara parsial diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 H₂: Harga secara parsial diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 H₃: Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 H₄: Kualitas Pelayanan, harga, dan Fasilitas secara simultan diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini di lihat dari tingkat eksplanasi merupakan jenis penelitian asosiatif dan deskriptif. Jenis penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bersifat mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009).

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2009), 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. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Warunk Bendito pada periode Januari – Juni 2018 yang berjumlah 8.420.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis F dan uji hipotesis t.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2015). Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2015).

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi (diatas 0,9) dan nilai R² yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai tolerance <0,10 atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)> 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas (Ghozali, 2015).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y) Ghozali (2015). Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂), dan Fasilitas (X₃) sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah:

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen Ghozali (2015). a) Membuat hipotesis untuk kasus pengujian *F-test* di atas yaitu:

$$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂), Fasilitas (X₃) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

$$H_a : \beta_1, \beta_2, > 0$$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂), Fasilitas (X₃) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan.

Uji F

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah: Ghozali (2015).

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Correlation	Item-Total	Keterangan
Harga (X1)	1	0,699		Valid
	2	0,643		Valid
	3	0,814		Valid
	4	0,564		Valid
	5	0,499		Valid
Kualitas layanan(X2)	1	0,418		Valid
	2	0,463		Valid
	3	0,490		Valid
	4	0,426		Valid
	5	0,438		Valid
	6	0,587		Valid
	7	0,465		Valid
	8	0,669		Valid
	9	0,473		Valid
	10	0,539		Valid
Fasilitas (X3)	1	0,569		Valid
	2	0,681		Valid
	3	0,669		Valid
	4	0,384		Valid
	5	0,431		Valid
Kepuasan Pelanggan(Y)	1	0,846		Valid
	2	0,807		Valid
	3	0,873		Valid
	4	0,433		Valid
	5	0,470		Valid
	6	0,846		Valid
	7	0,807		Valid
	8	0,873		Valid

Sumber : Olah Data, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat dijelaskan bahwa dari keempat variabel diatas dan dari masing-masing pertanyaan semuanya valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel telah menyebar secara normal. Uji normalitas perlu diperiksa keberlakuannya agar langkah-langkah penelitian selanjutnya dapat dipertanggung jawabkan. Untuk mengukur normalitas itu sendiri ada 3 cara, yaitu:

1. Dilihat dari grafik Histogram dan Kurva normal. Bila bentuknya menyerupai bel Shape, berarti distribusi normal.
2. Menggunakan nilai Skewness dan Standar Errornya.
3. Uji Kolmogrov-Smirnov bila hasil uji signifikan ($p \text{ Value} > 0,05$) maka distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Harga (X1)	1,000	1,000	Non-multikolinieritas
Kualitas Layanan (X2)	1,000	1,000	Non-multikolinieritas
Fasilitas (X3)	1,000	1,000	Non-multikolinieritas

Sumber : Olah data, 2018

Berdasarkan hasil tabel 2 diatas maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu harga dan kualitas layanan karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Nilai Spearman	Nilai VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,139	0,167	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan (X2)	0,045	0,657	Tidak Heteroskedastisitas
Fasilitas (X3)	0,189	0,117	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber : Olah Data 2018

Dari uji Spearman menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai $p > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Harga, Layanan dan Fasilitas.

Tabel 4. Hasil Uji Auto Korelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.683 ^a	.466	.450	4.133	2.208

Sumber : Olah Data, 2018

Berdasarkan hasil Durbin Watson di dapat nilai durbin watson = 2,208. Berdasarkan Tabel nilai dL (n=100 dan Variabel Dependen = 3, taraf signifikanis 5%).

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.253	.729		1.719	.089
	Harga	.426	.147	.393	2.897	.005
	Kualitas Layanan	.481	.135	.484	3.567	.001
	Fasilitas	.452	.142	.423	3.114	.003

Sumber : Olah Data, 2018

Nilai Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,426 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi harga semakin baik maka, kepuasan konsumen akan meningkat. 2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,481 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap Kualitas Layanan semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. 3. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas sebesar 0,452 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap Fasilitas semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Tabel 6. Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.493	2	47.746	138.261	.000 ^b
	Residual	33.497	97	.345		
	Total	128.990	99			

Sumber : Olah Data, 2018

Karena tingkat signifikansi pada uji F sebesar 0,000 dibawah 0,05. F tabel < F hitung maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga hal ini dapat berarti bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan secara signifikan oleh Harga dan Kualitas Layanan.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.735	.588

Sumber : Olah Data, 2018

Berdasarkan table 7 dapat dijelaskan bahwa r^2 sebesar 0,740 berarti bahwa variasi yang terjadi sebesar 0,740 dalam kepuasan konsumen dijelaskan oleh Harga, Kualitas Layanan, dan Fasilitas. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas sebesar 74,0% sedangkan sisanya 26,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Warung Bendito. Penetapan harga juga memegang peranan penting dalam pemasaran karena penetapan harga terkait langsung dengan keputusan pelanggan untuk memilih Warung Bendito sebagai tempat makan dan bersantai. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Aji (2011) dimana penelitian ini menunjukkan hasil analisis dari variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bendito. Kualitas jasa yang memadaiharapkan maka pelanggan akan senang dan menilaikualitas jasa tersebut tinggi sehingga dapat menciptakan rasa puas pelanggan terhadap penyedia jasa demikianpula sebaliknya, jika kualitas jasa yang diterimatidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akanmenilai pelayanan tersebut tidak berkualitas sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Ghanimata dan Kamal (2012) dimana penelitian ini menunjukkan hasil analisis dari variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bendito. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen dimana kenyamanan konsumen menandakan sesuai dengan harapan yang diinginkan atau melampaui harapan oleh

konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya member hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sehingga Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Weenas (2013) dimana penelitian ini menunjukkan hasil analisis dari variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito. indikator yang paling mendominasi adalah indikator harga.
2. Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Warunk Bendito harus melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar dan dapat terjangkau oleh pelanggan, Untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan.
2. Warunk Bendito harus lebih inovatif lagi dalam menyediakan Kualitas Layanan serta promo-promo yang menarik, agar pelanggan tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada.
3. Warunk Bendito juga harus memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang ada agar pelanggan lebih merasa nyaman berada di Warunk Bendito.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. 2016. Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada toko busana arrival mode jember). *Jurnal. Jember*, at : <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/383> diakses tanggal 29 Juni 2018.
- Aji, W.K. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi). *Jurnal. Bekasi*, at: <http://eprints.undip.ac.id/29543/1/Jurnal.pdf> diakses tanggal 24 november 2018.
- Balia, J. F.T. 2014. Pengaruh Kualitas Produk ,Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Ejournal. Manado*. at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959/5473> diakses tanggal 24 november 2018.
- Ghanimata, F., dan Kamal, F. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal. Semarang* at: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=75158&val=4727> diakses tanggal 24 november 2018.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*, Yogyakarta.
- Martini, T. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal. Kudus, Jawa Tengah. Vol.10. No.3*. at: <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/854/802> diakses Februari 2016.

- Rebeka dan Sugiarto. 2015. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Semarang*. at: <http://eprints.undip.ac.id/28746/> diakses tanggal 28 Jul 2011.
- Ratnasari dan Harti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya. *Jurnal*. Surabaya. At: https://www.google.com/search?safe=strict&client=firefox-b&ei=3WL7W6jnDlr89QPR_LGYBg&q=Ratnasari+Dan+Harti&oq=Ratnasari+Dan+Harti&gs_l=psyab.3..33i21j33i160.2060.5003..6228...0.0..0.544.544.5-1.....0....1j2..gws-wiz.....0.DWw0y-XnWcY diakses tanggal 24 november 2018.
- Sulastiyono,A. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI, Yogyakarta.
- Walangitan, M. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado.*JMBI*.Vol.4No.3Hal. 162-167. At:<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/17993/17517> diakses tanggal 24 november2018.
- Weenas. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Ejournal*. Manado. at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2741/2294> diakses tanggal 24 november 2018.

