

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS MAKANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR KINAMANG

THE EFFECCT OF QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON CUSTTOMER SATISFACTION RM. IKAN BAKAR KINAMANG.

Oleh:

Alfiana Lidya Worotikan¹

James D. D. Massie²

Hendra Tawas³

^{1, 2, 3}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹alfiannaw@gmail.com

²jamesmassie@unsrat.ac.id

³hendranovitawas@gmail.com

Abstrak: Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan membuka atau menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan. Konsumen dalam membeli suatu produk atau jenis makanan, mereka pasti akan sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan apakah akan memuaskan atau mengecewakan. Sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu, setiap konsumen pasti akan mencoba untuk mencari tahu harga dari produk/jasa tersebut. Harga merupakan salah satu hal penting yang dilihat dari konsumen sebelum menetapkan suatu keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk penjelasan secara terperinci. Hasil penelitian Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Makanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas makanan, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

Abstract: Business is an activity that is carried out by opening or running a business for profit. Consumers in buying a product or type of food, they will definitely pay attention to the service provided whether it will be satisfactory or disappointing. Before deciding to buy something, every consumer will try to find out the price of the product / service. Price is one of the important things seen by consumers before making a purchase decision. The purpose of this study was to determine the effect of food quality, service quality and price perception on customer satisfaction at the Kinamang Grilled Fish Restaurant. And the type of research used is quantitative, namely data presented in the form of a detailed explanation. The results of the research. The test results show that the food quality has a significant positive effect on customer satisfaction, the test results show that the service quality does not have a significant effect on customer satisfaction, and the test results show that the price does not significantly influence customer satisfaction.

Keywords: Food quality, service quality, price and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan membuka atau menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan. Perkembangan bisnis di era sekarang ini memang berkembang pesat bahkan sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan.

Para pelaku bisnis *food revice* saat ini mencoba untuk merubah sebiah paradigma pemikiran tradisional dalam kategori bisnis rumah makan yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman menarik dan tak terlupakan. Penciptaan suasana nyaman, pemandangan yang indah dan didukung dengan desain interior yang unik serta tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan live music, wifi, tempat untuk berfoto yang dengan sengaja dibuat untuk memberikan daya Tarik khusus bagi para pelanggan yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lainnya ataupun produk yang sama tetapi memiliki keunggulan yang berbeda. Sebuah produk suatu perusahaan haruslah memiliki keunggulan yang berbeda. Produk yang mempunyai keunggulan yang lebih tentunya akan memiliki daya tarik bagi para konsumen/pelanggan untuk mengonsumsinya. Jika produk tersebut adalah sebuah makanan tentunya kualitas rasa menjadi daya tarik utama dari makanan tersebut.

Konsumen juga dalam membeli suatu produk atau jenis makanan, mereka pasti akan sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan apakah akan memuaskan atau mengecewakan. Sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu, setiap konsumen pasti akan mencoba untuk mencari tahu harga dari produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu hal penting yang dilihat dari konsumen sebelum menetapkan suatu keputusan pembelian.

Maka dari itu para pelaku bisnis harus dapat meyakinkan dengan baik para konsumen lewat penetapan harga produk mereka. kadangkala ada pelaku bisnis yang memberikan tawaran produk dengan harga yang kurang sesuai dengan kemampuan atau kondisi konsumen apalagi dimasa pandemic seperti ini. Pertimbangan seperti ini bagi konsumen adalah sebuah kesulitan atau ketidakmampuan mereka untuk membeli produk tersebut. Hal ini bisa menyebabkan lamanya keputusan pembelian bahkan keputusan untuk membeli tersebut bisa menjadi batal karena konsumen kehilangan kepercayaan akan manfaat dan kualitas yang akan diberikan dari produk tersebut.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan ikan bakar kinamang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2013:12), pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program- program yang telah disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Pengertian Produk

Kusumah (2011:23) menyatakan “ *a product is a set of tangible and intangible attributes, including packing,color, price, manufactures prestige, retailers prestige, and manufactures and retails service, which the buyer may accept as offering want satisfaction,* “ dengan kata lain produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa yang dapat dijual, dibeli, dan dapat dimiliki, semuanya digunakan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Kualitas Makanan

Kualitas makanan adalah karakteristik dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, dalam hal ini mencakup ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur dan rasa (Susilowati, 2013).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen dan dapat juga diartikan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat kepuasan tamu atau konsumen (Ardhana, 2010:31).

Harga

Haryanto (2013:134) menyatakan bahwa harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2012:68), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan persepsi tentang kinerja dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Robert, Patrick, dan James (2011:363) mengemukakan kepuasan merupakan faktor utama bagi banyak pelanggan untuk tetap setia. Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.

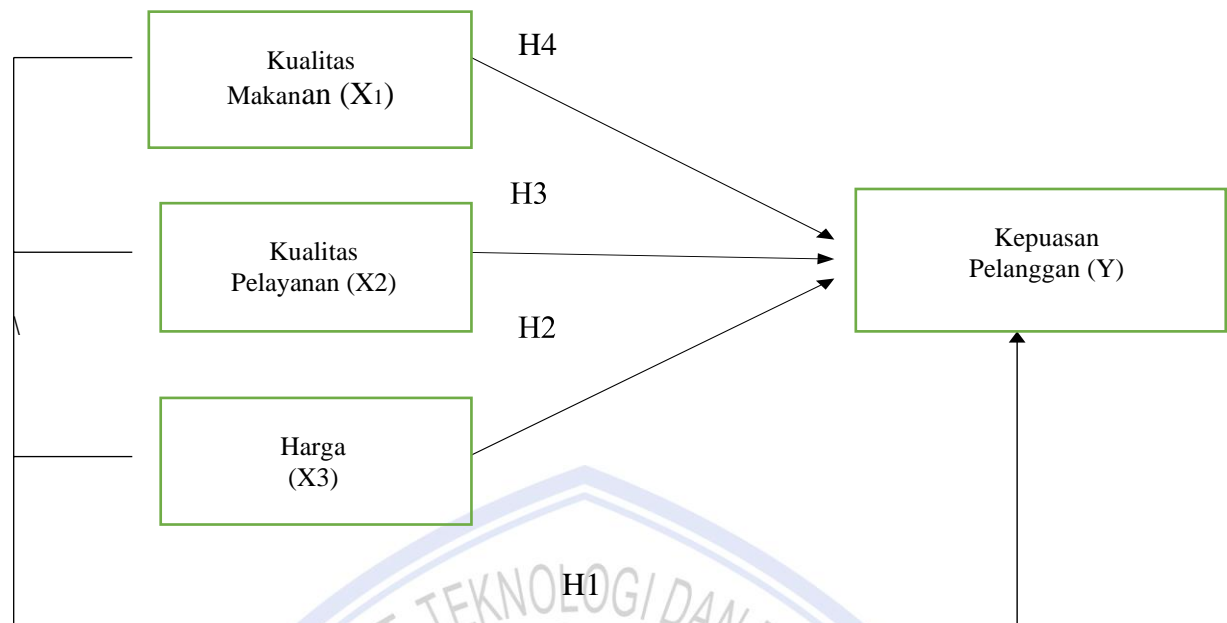
Penelitian Terdahulu

Widiastanto (2011), meneliti tentang Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Makanan, Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Mas Pur (Studi Kasus Pada Warung Makan Mar Pur Cabang 1, Cabang 2, Cabang 3). Metode analisis data menggunakan ddKuantitatif. Hasil penelitian diperoleh urutan secara individu dari masing-masing variabel yang berpengaruh adalah variabel Harga dengan Koefisien regresi sebesar 0,385 kemudian Kualitas Layanan dengan koefisien regresi sebesar 0,168 kemudian diikuti dengan Lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,099 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah Kualitas Makanan dengan koefisien regresi sebesar - 0,038. Warung makan lesehan mas Pur perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Haryanto. (2013), “Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado”. Penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda sebagai alat analisa. dan hasilnya ditemukan pertama yaitu kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado. Dan kedua kualitas layanan, fasilitas dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado.

Ardhana (2013), meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang), analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian dimana variabel Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Harga (X2) dan variabel Lokasi (X3). Pengujian Hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 .Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, dengan diduga bahwa:

- H1 : Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
- H2 : Kualitas Makanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
- H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
- H4 : Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian dapat diartikan sebagai suatu penyelidikan atau usaha pengujian yang dilakukan secara teliti dan kritis dalam mencari fakta-fakta dengan menggunakan langkah-langkah tertentu. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara tiga variabel atau lebih (Sugiyono, 2010:16).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil objek pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang, yang terletak di Jalan Achmad Yani, Tj. Batu, Kecamatan Wanea, Manado. Waktu dalam melaksanakan penelitian ini adalah selama 5 bulan, yang dimulai dari bulan Agustus sampai dengan Desember 2020.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian Lapangan meliputi: Pengamatan, dengan cara mengamati langsung objek yang sedang diteliti dan diamati. Wawancara, melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang terkait dengan permasalahan yang penulis teliti.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:87). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pengambilan secara *random sampling* dimana sampel yang diambil, menggunakan cara acak atau *random* sehingga dapat memberi kemudahan bagi peneliti baik secara waktu, tenaga, dan dana serta tentunya penulis dapat sangat terbantu dalam mendapatkan informasi yang diperlukan.

Teknik Analisis Data

Uji Validasi dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas (*Validity Test*), berfungsi untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu angket atau kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur. Dengan standart nilai signifikan 5% dalam r table statistik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti jatau mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Juka distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independent variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara Bersama-sama. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis jyang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3$

Dimana:

Y : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta

X1 : Kualitas Makanan

X2 : Kualitas Pelayanan

X3 : Harga

b1 b2 b3 : Koefisien Regresi

Uji F dan Uji t

Uji F adalah pengujian siginfikasi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas. Uji t adalah pengujian koefisien regresi secara parsial (individual) yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) memperngaruhi variabel dependen (Y) secara individual.

Koefisien Deferminasi (R²)

Koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisiensi determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Skala *Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Ikan Bakar Kinamang pertama kali dibuka pada tahun 2016 di kota Manado, Sulawesi Utara dimana kinamang sebagai kategori masakan lokal. Alamat terletak di Jl. Ahmad Yani No 2 Kelurahan Tanjung Batu Kecamatan Wanea Kota Manado Telepon: 0852- 4224- 0505. Dengan jam operasi 12.00 – 24.00 WIB. Restoran ini menyajikan berbagai menu tradisional yang nikmat dengan menu spesial ikan seperti Paket dada tuna bumbu minahasa, paket woku blanga goropa, rahang tuna bakar, udang sous tiram dan masih banyak lagi. Selain itu untuk sayurnya bisa dipilih yakni kangkung cah, pakis, rica rodoh, dan santan leilem.

Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen untuk mengetahui pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Yang karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin Laki- laki dan perempuan.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menggunakan koefisien korelasi *pearson*. Jika nilai korelasi di atas 0,3 atau memiliki tanda bintang dua mengindikasikan Instrumen yang digunakan telah valid. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Jika nilai alpha di atas 0,6 mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji validitas dan Realibilitas

	ITEM	PEARSON COR	NILAI SIGNIFIKAN	KETERANGAN
X1 = Kualitas Makanan	X1.1	0.800	0.000	VALID
	X1.2		0.000	VALID
	X1.3		0.000	VALID
X2 = Kualitas Pelayanan	X2.1	0.819	0.000	VALID
	X2.2		0.000	VALID
	X2.3		0.000	VALID
X3 = Harga	X3.1	0.556	0.000	VALID
	X3.2		0.000	VALID
	X3.3		0.000	VALID
Y = Kepuasan Pelanggan	X3.1	0.717	0.000	VALID
	X3.2		0.000	VALID
	X3.3		0.000	VALID

Sumber : *Olahan Data, 2020*

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda

Variabel Bebas	Coefficients ^a			
	Koefisien Regresi	Standart Error	T Hitung	Probabilitas Signifikan
Kualitas Makanan (X1)	0.857	0.074	9.623	0.000
Kualitas Pelayanan (X2)	0.050	0.044	0.561	0.578
Harga (X3)	0.317	0.075	9.515	0.000
Konstanta :	3.229			
Koefisien Korelasi :	1.864			

R ²	:	0.796
Uji F	:	93.454
α	:	0,05
Jumlah Sampel N	:	51

Sumber : *Olahan Data, 2020.*

Persamaan regresi $Y = 3.229 + 0,710 X_1 + 0.04 X_2 + e$ menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Kualitas Makanan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut.

Tabel 3. Hasil Uji T.

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.306	.000
Kualitas Makanan	9.623	.000
Kualitas Pelayanan	.561	.578
Harga	4.202	.000

Sumber: *Olahan Data, 2020.*

Berdasarkan tabel di atas (tabel ANOVA yang dihasilkan dari analisis regresi dengan bantuan program SPSS). Hasil perhitungan didapatkan angka F hitung (93.454) > F tabel (3.190) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Harga, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Kualitas Makanan signifikansi (X1) p-value = 9.623 > 2.008, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Kualitas Makanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan (X2) signifikansi p-value = 0,561 < 2,008, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Harga (X3) signifikansi p-value = 4,202 < 2,008, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Harga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi menjelaskan besar kontribusi yang diberikan masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi variabel – variabel bebas dalam sebuah model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *R square* yang terdapat pada tabel Model *summary*.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	Model Summary ^b				Durbin-Watson
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.892 ^a	.796	.787	.539	1.756

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

b. Dependent Variable: Revisit_Intention

Sumber : *Olahan Data, 2020.*

Angka *R Square* (koefisien determinasi) adalah 0.796. Hal ini berarti 79,6% besarnya pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, sementara sisanya 20,4% (100% - 79,6%) disebabkan oleh faktor-faktor yang lain di luar variable.

Pembahasan

Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Makanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Kualitas Makanan (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak. Maka secara parsial dimensi Kualitas Makanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk setiap perubahan dari Kualitas Makanan yang indikatornya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Seperti pada penelitian Purnomo (2016) yang menyatakan bahwa variabel Harga merupakan faktor penting bagi keseluruhan Minat Beli dan berdasarkan hasil variabel Harga memiliki pengaruh yang positif pada variabel Minat Beli. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak. Maka secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Untuk setiap perubahan dari Kualitas Pelayanan yang indikatornya hanya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang artinya Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar dengan asumsi variabel bebas lainnya ($X_2=0$) atau *Ceteris Paribus*. Seperti pada penelitian dari utami dan saputra (2017) yang bertolak belakang bahwa secara parsial variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Hal ini didukung juga oleh penelitian Hidayat (2013) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika kualitas Produk tersebut lebih ditingkatkan maka terdapat pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Persepsi Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Harga (X_3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak. Maka secara parsial Harga (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk setiap perubahan dari Harga yang indikatornya hanya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang artinya Harga akan meningkat sebesar dengan asumsi variabel bebas lainnya ($X_2=0$) atau *Ceteris Paribus*. Seperti pada penelitian dari Utami dan Saputra (2017) yang bertolak belakang bahwa secara parsial variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini didukung juga oleh penelitian Hidayat (2013) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika kualitas Produk tersebut lebih ditingkatkan maka terdapat pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
2. Variabel Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. .
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.
4. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan di RM Ikan Bakar Kinamang hendaknya ditingkatkan lagi Kualitas Pelayanannya dan Harga.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek sejenis, disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel, atau meneliti variabel - variabel lainnya yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, O. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/22960/> Diakses pada 26 Juli 2021
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 750-760. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212>. Diakses pada tanggal 1 agustus 2021.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kusumah, W dan Dedi D. 2011. *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Edisi : 2. Jakarta : PT Indeks.
- Purnomo, E. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian*. <https://media.neliti.com/>. Diakses pada 2 Agustus 2021.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, K. 2013. *Gizi Dalam Daur Kehidupan*. Bandung. PT Refika Aditama.
- Robert F, Patrick M dan James R. 2011. *Introduction to Retailing, Seventh Edition (China: South Western. 2011), p.72 McGraw-Hill Companies, Inc. 2009*.
- Widiastanto, A 2011. Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Makanan, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Mas Pur (Studi Kasus Pada Warung Makan Lesehan Mas Pur Cabang1, Cabang 2, Cabang3). *Skripsi Undip*. Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/42652/>. Diakses pada 26 Juli 2021