

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT RAJA OCI MANADO RESTAURANT*

Oleh :

**Brigitte Tombeng<sup>1</sup>****Ferdy Roring<sup>2</sup>****Farlane S. Rumokoy<sup>3</sup>**<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-Mail:

[brigitteombeng@gmail.com](mailto:brigitteombeng@gmail.com)<sup>1</sup>[Ferdy-rg77@yahoo.com](mailto:Ferdy-rg77@yahoo.com)<sup>2</sup>[princefarlent@gmail.com](mailto:princefarlent@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak :** Citra Rumah Makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia. Persaingan yang ketat menyebabkan suatu restoran perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan restoran-restoran yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui kualitas pelayanan, harga, kualitas produk harus dipertahankan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dilaksanakan di Rumah Makan Raja Oci Manado pada bulan Juli - November 2018. Populasi penelitian yaitu 9045, dengan sampel 100 responden yang menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner dan analisis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado. Rumah Makan Raja Oci sebaiknya tetap mempertahankan semua kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang ada agar dapat selalu diterima dikalangan masyarakat dan bisa saling menguntungkan bagi pihak rumah makan.

**Kata Kunci:** *kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, kepuasan konsumen*

**Abstract :** *The image of the restaurant that has been formed in the eyes of the people as a nice and relaxed place to enjoy the menu or dishes available. Tight competition causes a restaurant to need to do the best service business to its customers. This causes the existing restaurants to compete with each other to provide convenience and completeness of products that are in accordance with the wishes of consumers to achieve customer satisfaction. Companies must strive to learn and understand the needs and desires of their customers through service quality, price, product quality must be maintained. The purpose of this study was to determine the Service Quality, Price and Quality of Products Against Customer Satisfaction at Raja Oci Manado Restaurant. This study uses quantitative research methods and carried out at Raja Oci Manado Restaurant in July - November 2018. The study population was 9045, with a sample of 100 respondents who used primary data collection techniques through questionnaires and analysis using computer applications with the SPSS program. The results of his research show that there is a significant relationship between the influence of service quality, price and product quality b on consumer satisfaction at Raja Oci Manado restaurant. Raja Oci restaurant should maintain all service quality, price and product quality that can be accepted among the community and can be mutually beneficial for restaurants.*

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

**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa, khususnya jasa waralaba. Contohnya waralaba yaitu Restoran atau Rumah Makan.

Citra Rumah Makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia. Rumah Makan menjadi tempat yang menyenangkan, di dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan dan menikmati menu atau hidangan yang tersedia dengan suasana santai dan nyaman. Dimana mereka dapat menghabiskan waktu berkumpul bersama keluarga, teman atau relasi dalam suasana yang informal.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan berpendapat ada tiga driver utama konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Simamora (2000 : 574 ) harga adalah jumlah uang yang di bebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok 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. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagai mana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Menu makanan dan minuman yang disediakan harus dapat menimbulkan selera konsumen. Menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang dapat menimbulkan selera konsumen. Penentuan harga, bertujuan menarik minat konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa. Penerapan ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan. Fasilitas harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Penyediaan fasilitas harus diperhatikan, dimana penyediaan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian.

Sekian banyak rumah makan yang ada di Manado, salah satunya adalah rumah makan Raja Oci, yang berada di Jl. Jendral Sudirman no.85, Pinaesaan, Wenang, Kota Manado. Perusahaan ini didirikan oleh Fajar Anggun Putra. Rumah makan ini menawarkan aneka kuliner khas Manado dengan spesialisasi makanan serba ikan dan sayuran dengan harga cukup. Rumah Makan Raja Oci ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin maupun panas yang bisa dinikmati oleh konsumen.

Tingkat persaingan bisnis rumah makan di wilayah Manado cukup tinggi. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar rumah makan Raja Oci tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola rumah makan Raja Oci harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang konsumen Rumah Makan Raja Oci Manado, mengenai kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terlihat bahwa semua yang

mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga, produk, kualitas pelayanan, tentang Rumah Makan Raja Oci belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besarnya pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Jl. Jendral Sudirman no.85, Pinaesaan, Wenang, Kota Manado.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado.
2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado.
3. Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado.
4. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Wisnalmawati (2005:156) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

### **Harga**

Menurut Kotler dan Asmstrong (2008: 345), mendefinisikan Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

### **Kualitas Produk**

Kotler and Armstrong (2004:283) menyatakan kualitas produk sebagai *the ability of a product to perform its functions. Its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*. Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dan harapannya (Umar, 2005:65).

### **Penelitian Terdahulu**

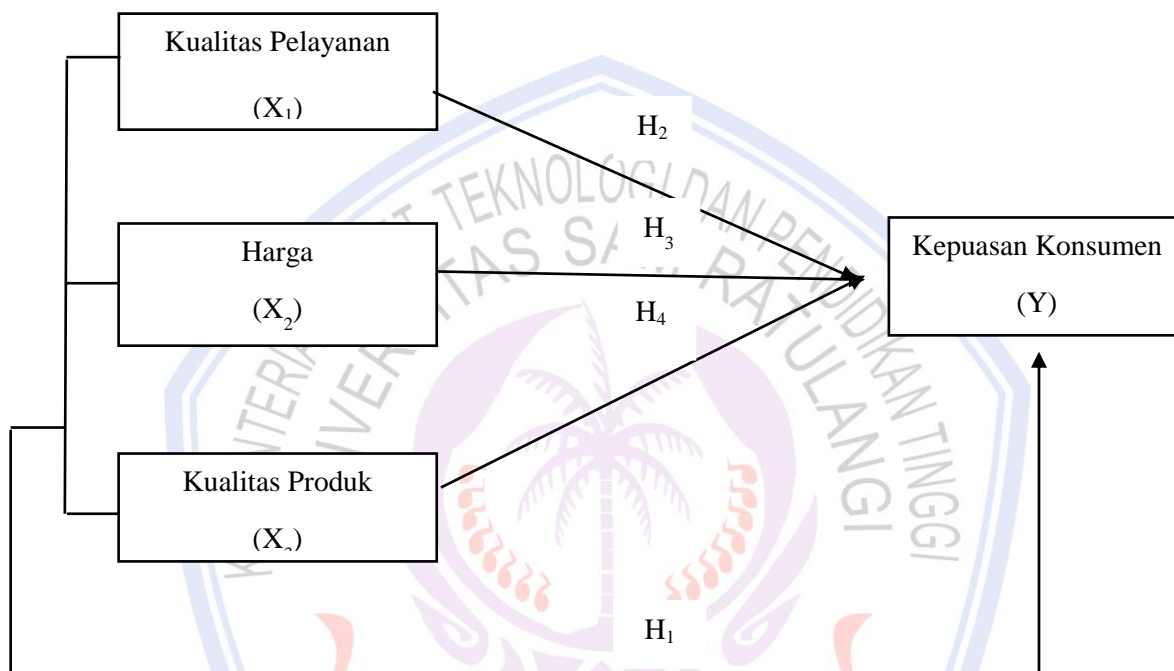
1. Lumintang dan Rotinsulu (2015) Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Lumintang dan Rotinsulu tidak meneliti variabel harga kaitannya dengan kepuasan konsumen, sedangkan dalam penelitian ini menambahkan variabel harga untuk dikaitkan dengan kepuasan konsumen. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada subjek, waktu, dan lokasi penelitian.
2. Yesenia dan Siregar (2014) Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan total pengunjung, karakteristik pelajar maupun non pelajar.. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan total pengunjung namun berpengaruh signifikan terhadap loyalitas berdasarkan karakteristik pelajar dan non pelajar. Ditemukan pula variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Yesenia dan Edward H. Siregar tidak meneliti variabel harga kaitannya dengan kepuasan konsumen tetapi meneliti variabel loyalitas

pelanggan, sedangkan dalam penelitian ini menambahkan variabel harga kaitannya dengan kepuasan konsumen tetapi tidak meneliti variabel loyalitas pelanggan. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada subjek, waktu, lokasi penelitian, dan metode penelitian.

- Prasetio (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. TIKI Cabang Semarang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetio tidak meneliti variabel kualitas produk kaitannya dengan kepuasan konsumen, sedangkan dalam penelitian ini menambahkan variabel kualitas produk untuk dikaitkan dengan kepuasan konsumen. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada subjek, waktu, dan lokasi penelitian.

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka teoritis sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Sumber : Kajian Teori, 2018

### Hipotesis

- Ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci 2018.
- Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado 2018.
- Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado 2018.
- Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado 2018.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

### Produk dan Waktu Penelitian

Produk penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Raja Oci Jl. Jendral Sudirman Manado pada bulan Juli sampai November 2018.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Raja Oci Manado yang jumlahnya 9045 orang yang diambil dari data tahun 2018. Sampel adalah 100 responden

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan langsung diberikan pada konsumen di Rumah Makan Raja Oci Manado.

### Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diolah adalah angket. Angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan dalam bentuk angket, yang nantinya akan ditujukan kepada konsumen Rumah Makan Raja Oci. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup.

### Teknik Analisa Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Raja Oci Manado dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang responden yang di hitung menggunakan rumus slovin. Berdasarkan data yang diperoleh maka penulis akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Di bawah ini yang diuraikan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, seperti yang diperlihatkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No	Item	Keterangan	n	%
1.	Jenis Kelamin	Laki –Laki	79	79
		Perempuan	21	21
2.	Usia	< 20 tahun	19	19
		20 – 25 tahun	31	31
		25 – 30 tahun	43	43
		30 > tahun	7	7
3.	Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	15	15
		Pegawai Swasta	37	37
		Pegawai Negeri Sipil	8	8
		Wiraswasta	30	30
		Pekerjaan lainnya	10	10

*Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner, 2018*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan memiliki jumlah 21 orang (21%) dan laki – laki memiliki jumlah 78 orang (79%), untuk usia responden berumur < 20 tahun sebanyak 19 orang (19%), berumur 20 – 25 sebanyak 31 orang (31%), berumur 25 – 30 tahun sebanyak 43 orang (43%) dan berumur 30 > sebanyak 7 orang (7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan

umur 25 – 30 tahun lebih banyak makan di Rumah Makan Raja Oci dibandingkan dengan responden yang lainnya. Berdasarkan pekerjaan, jumlah responden yang berstatus mahasiswa/pelajar sebanyak 15 orang (15%), pegawai swasta sebanyak 37 orang (37%), pegawai negeri sipil sebanyak 8 orang (8%), wiraswasta sebanyak 30 orang (30%) dan yang berstatus pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang (10%).

### Uji Validitas Dan Reabilitas

**Tabel 2. Uji Validitas Dan Reabilitas**

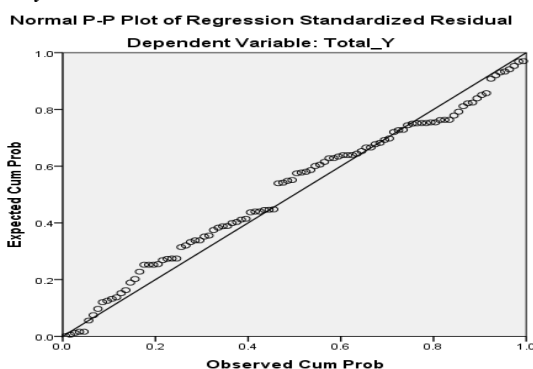
Variabel	Pernyataan Item	Korelasi (r)			Koefisien	
		R	Sig.	Status	Alpha Cornbach	Status
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.633	0.001	Valid	0.675	Valid
	X1.2	0.621	0.001	Valid		
	X1.3	0.532	0.000	Valid		
	X1.4	0.640	0.000	Valid		
Harga	X2.1	0.517	0.000	Valid	0.761	Valid
	X2.2	0.669	0.000	Valid		
	X2.3	0.511	0.000	Valid		
	X2.4	0.718	0.000	Valid		
Kualitas Produk	X3.1	0.688	0.000	Valid	0.763	Valid
	X3.2	0.659	0.009	Valid		
	X3.3	0.544	0.000	Valid		
	X3.4	0.554	0.000	Valid		
Kepuasan Konsumen	Y1	0.502	0.000	Valid	0.760	Valid
	Y2	0.509	0.000	Valid		
	Y3	0.533	0.000	Valid		
	Y4	0.687	0.004	Valid		

Sumber : Data hasil olahan SPSS 22, 2018

Untuk mempermudah memperoleh data yang dibutuhkan maka penulis menggunakan kuesioner, oleh karena itu maka kuesioner yang disusun harus diukur validitasnya. Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat diketahui pertanyaan – pertanyaan yang dianggap valid dan tidak valid, dimana pertanyaan valid skronya  $> 0,3$  sedangkan pertanyaan yang tidak valid  $< 0,3$  (Wibowo, 2012:36). Dan dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan layak digunakan sebagai indikator dari konstruk (loten variabel). Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 22, maka dapat di ketahui bahwa variabel yang digunakan peneliti adalah *reliabel*, hal ini dapat di lihat pada Tabel 2 – Tabel 5 karena memiliki nilai diatas 0,60 sehingga dapat di jelaskan bahwa variabel – variabel tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi, sehingga mempunyai ketepatan yang tinggi untuk di jadikan variabel (konstruk) pada suatu penelitian (Wibowo, 2014:36).

### Uji Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Kenormalan data diuji dengan menggunakan *pendekatan Probability Plot*.



**Gambar 2. Output Pengujian Normalitas**

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Dari Gambar 2 Grafik normal probability plot menggambarkan bahwa data mendekati distribusi normal. Pada Gambar 3 terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya. Meskipun data sedikit keluar garis maka dan kemudian mengikuti kembali garis diagonalnya, data observasi penelitian ini dikatakan mendekati distribusi normal. Uji normalitas baik dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal probability plot menyatakan bahwa data penelitian ini mendekati distribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

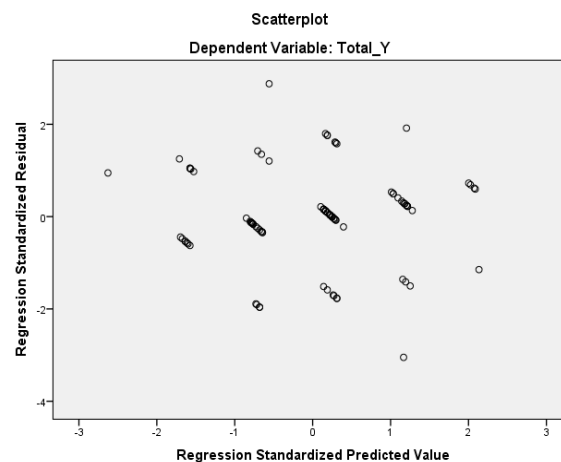
**Tabel 3. Output Pengujian Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	4.412	1.731			2.549	.012		
Kualitas Pelayanan	-.055	.061	-.050		-.896	.373	.993	1.007
Harga	.831	.056	.835		14.786	.000	.989	1.011
Kualitas Produk	-.021	.051	-.024		-.420	.675	.993	1.007

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 3. Output Pengujian Heteroskedastisitas**

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Dari gambar 3 dapat dilihat bahwa titik – titik tidak membentuk pola yang jelas, serta titik–titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Dari gambar diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan unntuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan raja oci. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.412	1.731		2.549	.012		
	Kualitas Pelayanan	.635	.061	-.050	8.896	.373	.993	1.007
	Harga	.831	.056	.835	14.786	.000	.989	1.011
	Kualitas Produk	.621	.051	-.024	7.720	.675	.993	1.007

Sumber : *Output Pengolahan SPSS 22, 2018*

Bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y=2,412 + 0,635X_1 + 0,831X_2 + 0,621X_3$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai constant sebesar 2,412 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Pelayanan , Harga, Dab Kaulitas Produk tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Konsumen adalah 2,412 satuan.
2. Untuk variabel Kualitas Pelayanan keofisien regresinya adalah Positif, hal ini dapat di artikan apabila Kualits Pelayanan ( $X_1$ ) naik 1 satuan, maka kepuasan konsumen(Y) akan naik sebesar 0,635 satuan.
3. Untuk variabel Harga keofisien regresinya adalah positif, hal ini dapat di artikan apabila harga ( $X_2$ ) naik 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,831 satuan.
4. Untuk variabel Kualitas Produk keofisien regresinya adalah positif, hal ini dapat di artikan apabila Kualitas produk ( $X_3$ ) naik 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,621 satuan.

#### Uji F Dan Uji T

**Tabel 5. Output Uji F (Model Fit)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.897	3	26.299	73.686	.000 <sup>b</sup>
	Residual	34.263	96	.357		
	Total	113.160	99			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X1, Total\_X2

Sumber : *Output Pengolahan SPSS 22, 2018*

Dari hasil regresi terhadap variabel keputusan pembelian dengan variabel lain yakni *Produk, Harga, promosi, dan Tempat* diperoleh nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 73,650 dan tingkat signifikan 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian dari uji t adalah sebagai berikut.

1. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 8,896 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak artinya kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh Sig terhadap Kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima
2. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 14,786 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak artinya Harga ( $X_2$ ) berpengaruh Sig terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima.
3. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variable Kualitas Produk ( $X_3$ ) sebesar 7,720 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05,sehingga  $H_0$  ditolak artinya kualitas produk ( $X_3$ ) Berpengaruh Sig terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima.



Berdasarkan perhitungan uji hipotesis diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci.

### **Pembahasan**

Hasil Penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan:  $Y=2,412 + 0,635X_1 + 0,831X_2 + 0,621X_3$  . Dengan demikian, persamaan regresi linear berganda yang di hasilkan, menunjukkan bahwa:

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Raja Oci . Dengan demikian hasil yang di dapat dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mananeke (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci. Karena kualitas pelayanan yang ditawarkan rumah makan oci sesuai dengan yang diinginkan kosumen, yaitu dengan kualitas tempat parkir yang memadai, karyawan yang ramah menerima keluhan konsumen, karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen, karyawan cepat dalam membuat pesanan, karyawan menguasai menu-menu di rumah makan oci, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel Harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) rumah makan Raja Oci Manado. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat penelitian dari Sugianto (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel harga ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) ) pada Rumah Makan Raja Oci. Hal ini berarti jika harga yang ditawarkan terjangkau, harga sesuai dengan citarasa makanan dan lebih murah dibandingkan restoran lain, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel kualitas produk ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Raja Oci. Dengan demikian hasil yang di dapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Lasander (2013), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel kualitas produk berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci. Hal ini berarti jika citarasa makanan terjaga dengan baik, menu yang disajikan bervariasi, makanan/minuman yang ditampilkan menarik, dan higienis makanan terjaga dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan pengujian dan pengamatan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan t berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.
2. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.
3. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.
4. Berdasarkan pengujian dan pengamatan secara bersama – sama (simultan), variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Rumah Makan Oci, untuk tetap mempertahankan semua kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang ada, karena rumah makan oci sudah dikenal oleh semua kalangan masyarakat, serta pelayanan,

- harga, produk yang di tawarkan agar tetap selalu stabil, agar supaya pelayanan, harga dan produk yang harus ditawarkan dapat selalu diterima dikalangan masyarakat dan bisa saling menguntungkan bagi pihak rumah makan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melaksanakan penelitian sejenis, sebaiknya meneliti variabel – variabel lainnya yang diteliti dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, H. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Marketing, Edisi Ketujuh*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*, Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Lasander, C. 2013. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia Di Tahuna Kab. Sangihe). *Jurnal EMBA* Vol 1 No.3 Hal. 284-293.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2024>. Di akses 21 Mei 2018.
- Lumintang, G. Dan Rotinsulu, J. 2015. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No.1 Hal. 1204-1323.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8293>. Di akses 5 mei 2018.
- Prasetio, A. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. TIKI Cabang Semarang. *Management Analysis Journal*, Universitas Negeri Semarang, Vol. 1/No. 4/Agustus. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/mai/article/download/497/526>. Di akses 21 Mei 2018.
- Mowen, J.C. dan Minor, M 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga, Jakarta
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sangkaeng, S., Mananeke, S. L. dan Oroh, S. G 2015. Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 3 No.3 Hal 1004-1125. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10113>. Di akses 21 Mei 2018
- Sugianto, J. 2013. Analisa Pengaruh *Service Quality, Food Quality, and Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan Yun Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No.2, (2013) 1-10.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/issue/view/55>. Di akses 5 Mei 2018
- Umar, Husein 2005. *Metode Penelitian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Yesenia, Y. Dan Siregar, E.H. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol 5 No.3/desember.  
<https://www.neliti.com/id/journals/jurnal-manajemen-dan-organisasi?page=4>. Di akses 5 Mei 2018
- Wibowo, A. E. 2012 *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Gava Media, Yogyakarta
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, hal. 153- 165.