

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA CAFE DAN RESTO CABANA MANADO**

Oleh:

**Johanes Gerardo Runtuuwu¹
Sem Oroh²
Rita Taroreh³**

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

email: ¹Gerardoruntuuwu@yahoo.co.id

²Semoroh@yahoo.com

³rita.taroreh@yahoo.com

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerjanya melalui kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dan teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Manajemen Cafe dan Resto Cabana Manado sebaiknya meningkatkan kualitas produk agar kepuasan pengguna dapat selalu terpenuhi.

Kata kunci: *kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna*

ABSTRACT

Increasing competition requires businesses to maximize performance through product quality, price, and quality of service to be able to withstand the competition and was able to create customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, and quality of service to user satisfaction Cabana Cafe and Resto Manado. This type of research is the study of associative and techniques using multiple linear regression analysis. The results showed that the quality of products, price and service quality has positive influence on user satisfaction Cabana Cafe and Resto Manado. The quality of the product but not significant effect on user satisfaction. The price and quality of service significantly influence user satisfaction. Cabana Cafe and Resto Manado Management should improve the quality of the product to the satisfaction of the users can always be met.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Zaman globalisasi saat ini banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan adanya kemajuan teknologi, gaya hidup dan pola pikir masyarakat berkembang yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung masyarakat dituntut untuk dapat mengimbangnya. Perusahaan yang ada masa kini sedang dihadapi pada sebuah kondisi persaingan sengit, hanya perusahaan yang berorientasi pada konsumen yang berhasil menarik konsumen.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang pesat banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Akibatnya membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi untuk produsen, ini merupakan suatu ancaman karena ketika semakin banyaknya produk barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan yang sering terjadi adalah persaingan di bidang bisnis *food and beverage*. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha-usaha baru maupun yang sudah sejak lama yang hadir dengan keunggulan dan kelebihan masing-masing.

Meningkatnya pendirian rumah makan seperti café maupun restoran di berbagai tempat mencerminkan hasil dari permintaan pasar yang memang juga meningkat. Pada saat ini cafe maupun restoran sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, akibatnya keberadaan cafe maupun restoran sudah menjadi kebutuhan. Hal ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang padat dan mengakibatkan semakin banyak masyarakat menghabiskan waktunya di luar rumah yang mengakibatkan masyarakat mencari sesuatu yang bersifat praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kepuasan pengguna merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan pengguna, Cafe dan Resto Cabana Manado selalu memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran seperti kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Menyadari akan peranan pengguna dan pengaruh kepuasan pengguna, Cafe dan Resto Cabana Manado berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan penggunanya. Oleh karena itu Café dan Resto Cabana Manado dituntut secara terus-menerus untuk memperhatikan kinerjanya melalui kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Hal ini juga ini dianggap penting oleh Cafe dan Resto Cabana Manado sehingga perlu dievaluasi kembali tentang seberapa besar pengaruhnya terhadap para pengguna dan sebagai dasar dalam mencapai kemajuan usaha.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
4. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong 2010:27). Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut (Wijaya 2011:11).

Harga

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan2008:298). Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin 2008:95).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2008:59). Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya (2011:152).

Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan (Kotler dan Keller 2009:138). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Supranto 2006:233).

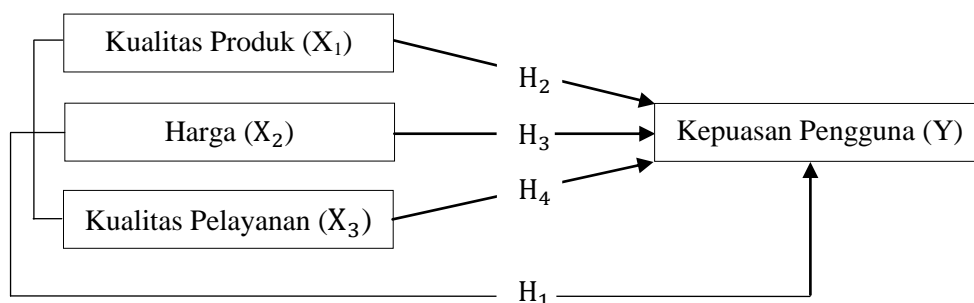
Penelitian Terdahulu

Penelitian Haryanto (2013) mengenai pengaruh strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji McDonald's. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial strategi promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Suwarsono (2013) mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Kausar Jaya Purwodadi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Kausar Jaya Purwodadi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa secara simultan harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Mugiono (2010) mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (pembeli) di Pasar Kota Malang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Kota Malang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel-variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Kota Malang. Secara parsial variabel-variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Kota Malang.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Kajian Teori, 2014

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan diduga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
- H₂ : Kualitas produk diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
- H₃ : Harga diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
- H₄ : Kualitas pelayanan diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2012:100) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian di Café dan Resto Cabana Manado yang terletak di jalan Abdurachman Wahid Kawasan Mega Mas Manado. Waktu penelitian adalah bulan Juni 2014 - September 2014.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012:61). Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2012:62). Sampel adalah sebagai yang mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden dari jumlah populasi sebanyak 4.500.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi (Pengamatan)
Observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang situasi keadaan yang terjadi dan keseharian pelanggan yang berhubungan dengan variabel penelitian dan bertujuan mendapatkan data serta informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
2. Interview (Wawancara)
Wawancara dengan melakukan dialog secara langsung kepada pemilik usaha dan para karyawan yang bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi tambahan tentang penelitian yang dilakukan.
3. Kuisioner
Suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pernyataan yang disusun untuk diajukan kepada seluruh responden tentang pendapat mereka mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado.

Definisi Pengukuran Variabel

Variabel penelitian dapat dibagi menjadi 2, yaitu :

Variabel independen

1. Kualitas produk (X₁). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong (2010:27).
Indikator kualitas produk yang digunakan adalah sebagai berikut :
 1. Penampilan
 2. Selera
 3. Rasa
 4. Tekstur
 5. Berbeda

2. Variabel harga (X_2). Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan 2008: 298).

Indikator harga yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
5. Potongan harga khusus

3. Variabel kualitas pelayanan (X_3). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2008:59).

Indikator kualitas pelayanan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*Tangible*)
2. Empati (*Empathy*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Reabilitas (*Reliability*)
5. Jaminan (*Assurance*)

Variabel Dependen

Variabel kepuasan pengguna (Y). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan (Kotler dan Keller 2009:138).

Indikator pengukur kepuasan pelanggan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Kualitas pelayanan
4. Terpenuhinya harapan pelanggan
5. Sikap/keinginan untuk menggunakan kembali produk

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert dalam instrument penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono 2010:107). Model skala ini dilihat sebagai berikut :

A Sangat setuju	=	bobot	5
B Setuju	=	bobot	4
C Cukup setuju	=	bobot	3
D Tidak setuju	=	bobot	2
E Sangat tidak setuju	=	bobot	1

Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Uji Validitas
Uji signifikansi ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*nilai Corrected Item - Total Correlation* pada *output Cronbach Alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n - k$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen (Ghozali, 2009 : 49).
2. Uji Reliabilitas
Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009 :46).
3. Uji Asumsi Klasik
Uji asumsi klasik dilakukan secara bersamaan dengan proses uji regresi. Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi uji multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara 2 atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono 2012:277) :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan pengguna	X ₁	=	Kualitas produk
a	=	Konstanta	X ₂	=	Harga
B ₁	=	Koefisien regresi X ₁	X ₃	=	Kualitas pelayanan
B ₂	=	Koefisien regresi X ₂	e	=	Faktor pengganggu
B ₃	=	Koefisien regresi X ₃			

5. Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R)

Koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan maupun parsial sedangkan koefisien determinasi (r²) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.

6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan statistik uji F dan uji T. Uji F dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu, Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃) secara simultan (bersama) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna (Y), sedangkan Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel independen, variabel Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃) berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden Menurut Umur

Hasil penelitian diperoleh bahwa dari 100 responden, tak ada responden yang berumur dibawah 20 tahun, sebanyak 36% responden yang memiliki umur antara 21 – 25 tahun, sebanyak 18 % responden memiliki umur antara 26 – 30 tahun, sebanyak 21% responden memiliki umur antara 31 – 35 tahun, sebanyak 14% responden memiliki umur antara 36 – 40 tahun, dan sebanyak 11% responden berumur di atas 41 tahun.

Responden Menurut Jenis Kelamin

Hasil penelitian diperoleh bahwa dari 100 responden menurut jenis kelamin, sebagian besar responden 59% merupakan responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sedangkan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan yaitu sebesar 47%.

Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Hasil penelitian diperoleh diperoleh bahwa mayoritas yang terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta sebesar 42%, sedangkan mayoritas yang terbesar selain wiraswasta adalah pelajar/mahasiswa sebesar 28% dan PNS sebesar 23% serta Polri/TNI menyumbang hanya sebesar 7%.

Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Hasil penelitian diperoleh bahwa dari 100 responden disimpulkan bahwa pengguna yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar 48% responden merupakan responden yang memiliki pendidikan SMA, 16% responden yang memiliki pendidikan diploma dan 36% yang memiliki pendidikan sarjana.

Responden Menurut Intensitas Kunjungan

Hasil penelitian diperoleh bahwa dari 100 responden pengguna yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 25% responden yang sudah pernah 2 – 3 kali berkunjung, sebanyak 38% responden yang sudah pernah 4 – 5 kali berkunjung, sebanyak 26% responden yang sudah pernah 6 – 7 kali berkunjung, sebanyak 11% responden yang sudah pernah 8 – 9 kali berkunjung, dan di atas 10 kali tidak ada responden.

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing item pernyataan pada tingkat signifikansi dari masing-masing variabel kurang dari 0,05. Dengan hasil pengujian sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X_1)
Indikator dengan kode X_{1_1} r hitungnya sebesar 0,417, X_{1_2} sebesar 0,618, X_{1_3} hitungnya sebesar 0,505, X_{1_4} sebesar 0,539, X_{1_5} sebesar 0,401, dengan demikian r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r standart sebesar 0,3 sehingga kesimpulannya valid.
2. Variabel Harga (X_2)
Indikator dengan kode X_{2_1} r hitungnya sebesar 0,664, X_{2_2} sebesar 0,492, X_{2_3} hitungnya sebesar 0,460, X_{2_4} sebesar 0,555, X_{2_5} sebesar 0,462, dengan demikian r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r standart sebesar 0,3 sehingga kesimpulannya valid.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)
Indikator dengan kode X_{3_1} r hitungnya sebesar 0,628, X_{3_2} sebesar 0,599, X_{3_3} hitungnya sebesar 0,594, X_{3_4} sebesar 0,457, X_{3_5} sebesar 0,440, dengan demikian r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r standart sebesar 0,3 sehingga kesimpulannya valid.
4. Variabel Kepuasan Pengguna (Y)
Indikator dengan kode $Y_{_1}$ r hitungnya sebesar 0,526, $Y_{_2}$ sebesar 0,485, $Y_{_3}$ hitungnya sebesar 0,456, $Y_{_4}$ sebesar 0,438, $Y_{_5}$ sebesar 0,434, dengan demikian r hitung masing-masing item pertanyaan lebih besar dari r standart sebesar 0,3 sehingga kesimpulannya valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas variabel ditunjukkan oleh koefisien *Cronbach Alpha* > 0,60 dari tiap-tiap konstruk atau variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa indikator-indikator kuesioner dari variabel tersebut adalah reliabel. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X_1) nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,729.
2. Variabel Harga (X_2) nilai *Cronbach Alpha* sebesar sebesar 0,743.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) nilai *Cronbach Alpha* sebesar sebesar sebesar 0,769.
4. Variabel Kepuasan Pengguna (Y) nilai *Cronbach Alpha* sebesar sebesar sebesar 0,710.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

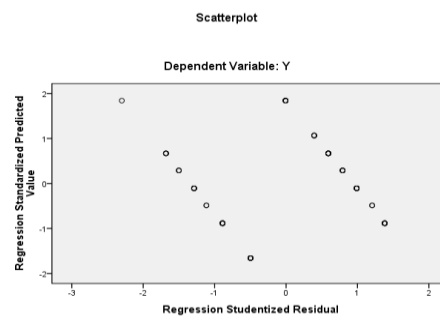
Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk (X_1)	.970	1.030
Harga (X_2)	.991	1.009
Kualitas pelayanan (X_3)	.979	1.022

Sumber : Data Primer diolah, 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



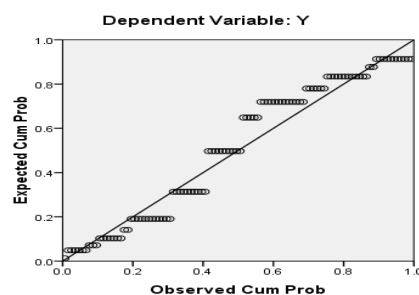
Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Gambar 3 dapat dilihat bahwa grafik Normal P-P regression standardized residual menggambarkan penyebaran data sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka dapat diartikan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Analisis Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda, Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis

Variabel	B	t_{hitung}	Sign.	Ket
Constant	1.074			
Kualitas Produk (X_1)	0.174	1.861	0.066	Tidak Signifikan
Harga (X_2)	0.263	2.658	0.009	Signifikan
Kualitas pelayanan (X_3)	0.348	3.841	0.000	Signifikan

$R = 0.454$
 $R \text{ Square} = 0.206$
 $F_{hitung} = 8.301$
 $\text{Sign. F} = 0.000$

Sumber : Data Primer diolah, 2014

Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel kualitas produk (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,174 pada nilai signifikan 0,066 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas produk naik maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya apabila variabel kualitas produk turun maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan turun dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
2. Variabel harga (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,263 pada nilai signifikan 0,009 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa jika variabel harga naik maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya apabila variabel harga turun maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan turun dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,348 pada nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan naik maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan turun maka kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado juga akan turun dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Koefisien Korelasi dan Determinansi

Pengaruh antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dapat dilihat melalui koefisien korelasi terutama digunakan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado. Hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,454 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado, mempunyai pengaruh yang positif sebesar 45,4%. Hasil Koefisien Determinasi atau R^2 (r^2) adalah 0,206 yang menunjukkan bahwa 20,6% kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado, dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sementara sisanya sebesar 79,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Hasil uji simultan (uji F) yaitu: Berdasarkan tingkat signifikansi, dimana diketahui tingkat signifikansi adalah 0,000. Oleh karena probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan F hitung 8,301. Sesuai hasil tersebut maka hipotesis X_1 , X_2 , dan X_3 , berpengaruh secara simultan terhadap terhadap variabel Y, diterima.

Hasil Uji t

Hasil uji parsial (uji t) berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel (X_1) sebesar 1,861 dengan tingkat signifikan 0,066 lebih besar dari 0,05 artinya variabel (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel (Y), ini berarti H_0 ditolak.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel (X_2) sebesar 2,658 dengan tingkat signifikan 0,009 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y), ini berarti H_a terima.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel (X_3) sebesar 3,841 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y), ini berarti H_a diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis H_1 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang kuat dan pengaruhnya positif.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis H_2 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa kualitas produk tetap memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna namun tak terlalu berarti bagi pengguna. Hasil penelitian ini

berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Haryanto (2012), dimana dalam penelitian sebelumnya diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan ini disebabkan oleh karena pengguna tidak terlalu mementingkan kualitas produk, pengguna lebih mementingkan harga dan kualitas pelayanan di Cafe dan Resto Cabana Manado.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis H_3 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan harga yang ditetapkan di Cafe dan Resto Cabana Manado. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Suwarsono (2013), dimana harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis H_4 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan kualitas pelayanan yang diterimadi Café dan Resto Cabana Manado. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Mugiono (2010), dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
3. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.

Saran

Saran dari penelitian ini adalah :

Manajemen Cafe dan Resto Cabana Manado sebaiknya meningkatkan kualitas produk karena kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Haryanto, R A. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.1 No.4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/issue/view/488> Diakses tanggal 17 Juni 2014. Hal. 1465-1473.
- Hasan, A. 2008. *Marketing*. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Thirteen Edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. PT Indeks, Jakarta.
- Mugiono, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) Di Pasar Kota Malang. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Wacana*. ISSN 1411-0199. Vol.13 No.4 (2010). <http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/220> Diakses 18 Juni 2014. Hal. 552-568.
- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya, Bandung.

- Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima Belas. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Cetakan Ketiga. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Suwarsono, E. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD. Kausar Jaya Purwodadi. Universitas Pandanaran Semarang. *Jurnal Sositekno*. ISSN 2337-7003. Vol.2 Edisi 2014. <http://jurnal-sosioekotekno.org/article/135314/pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan---di-ud-kausar-jaya-purwodadi.html> Diakses 19 Juni 2014.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta.

