
PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN RESTAURANT YUGO DI GADING SERPONG

Merry Meyghel Wensen^a, Leo Alexander Tambunan^b,
Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Matana, Tangerang, Banten, Indonesia ^{ab}
E-mail: merrywensen@gmail.com, Leo.alexander@matanauniversity.ac.id

ABSTRACT

Price can be one reason for customers to decide to buy the goods or services they need. Because with a low price but getting the quality of goods that are in accordance with what they want, the customer will feel satisfied. Product quality is a very important part related to products that meet consumer desires or expectations. Customers in making their choices will definitely choose the one that suits their needs and desires that can make them feel satisfied and then decide to continue buying the product. A person's decision to buy one of them is influenced by an assessment of the quality of the product. The purpose of this study was to determine the effect of product, price and service quality on customer satisfaction at Yugo Restaurant in Gading Serpong. This research is a quantitative field research. The population in this study were all customers at Yugo Restaurant in Gading Serpong in the amount of 150 people, with a sample of 60 customers taken at random (random sampling). The data collection technique used a questionnaire and the data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results showed that based on the results of multiple regression analysis on the fourth hypothesis test, namely that there is an effect of Product, Price and Service Quality together on customer satisfaction, it is known that the calculated F value is 755.461, and with a significance level (p-value), 0.000. This means that the value of Sig < value (0.000 < 0.05), it can be concluded that there is an effect of Product, Price and Service Quality together on customer satisfaction at Yugo Restaurant in Gading Serpong. The magnitude of the effect of the variable Product, Price and Service Quality simultaneously (together) on customer satisfaction is 97.6%.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Semakin maraknya persaingan bisnis, baik di pasar domestik maupun di pasar nasional, mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan perhatian kepada kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Tidak terkecuali dalam usaha kuliner. Di Indonesia pun salah satu bisnis yang sangat berkembang pesat dan mengalami tingginya persaingan saat ini yaitu bisnis kuliner. Persaingan yang ketat dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya pebisnis membuka bisnis kuliner yang menyediakan dan menawarkan produk yang sama dengan varian harga yang berbeda juga dalam segi pelayanan yang berbeda.

Pola gaya hidup masyarakat Indonesia di era globalisasi saat ini semakin meningkat. Di jaman sekarang ini banyak dari masyarakat Indonesia memilih restoran untuk melakukan aktifitas keluarga seperti Arisan keluarga atau pun merayakan hari bahagia. Hal inilah yang mendorong semakin meningkatnya kebutuhan tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga atau pun relasi (Sinaga, dkk 2020).

Bisnis di bidang makanan merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan, karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat. Kota-kota besar menjadi daya tarik bagi para pengusaha untuk berbisnis restoran. Bisnis restoran saat ini termasuk salah satu bisnis yang paling digemari, karena mulai dari anak-anak hingga orang tua gemar makan di restoran. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya restoran-restoran baru yang bermunculan pada beberapa tahun terakhir. Setiap restoran berusaha menunjukkan keunikan mereka masing-masing, baik dalam cara penyajian maupun dalam menu yang disediakan serta harga yang bervariasi (Wati, dkk 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang. Dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya

Kualitas produk

Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler, 2003).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey. Menurut Singarimbun dan Effendi (2020:3), Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh customer di Restaurant Yugo di Gading Serpong di yang berjumlah 150 Orang. Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain. Kountur (2019: 137). Menurut Sudjana (2019: 84) Sampel adalah sebagian populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama sehingga benar-benar mewakili populasi.

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dengan taraf signifikansi yang digunakan sebagai aturan untuk menerima atau menolak pengujian normalitas atau tidaknya suatu distribusi data adalah taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Hasil analisis uji normalitas untuk masing-masing variabel berdasarkan output dari SPSS terangkum sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov ^a			Kesimpulan
	Statistic	df	Sig.	
Produk	.061	60	.200*	Data Normal
Harga	.085	60	.200*	Data Normal
Kualitas Pelayanan	.063	60	.200*	Data Normal
Kepuasan pelanggan	.109	60	.073	Data Normal

Sumber: Data Primer Olahan Peneliti 2022

Berdasarkan tabel uji normalitas Kolmogorov-Smirnov variabel Harga (X1), diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,200 hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05. Harga (X2), diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,200 hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05. Kualitas Pelayanan (X3) diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,200 hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05, dan kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,073, hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05. Karena seluruh nilai Sig. variable penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada seluruh variabel penelitian berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji Linieritas X1 dengan Y

Hasil uji linearitas dengan SPSS untuk variabel Produk (X1) dengan variabel Kepuasan pelanggan (Y), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Linieritas X₁ dengan Y

			df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan* Produk	Between Groups	(Combined)	25	102.463	25.365	.000
		<i>Linearity</i>	1	2405.482	595.470	<i>.000</i>
		Deviation from Linearity	24	6.504	1.610	.099
	Within Groups		34	4.040		
	Total		59			

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi Linearity kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan pelanggan dan variabel Produk terdapat hubungan yang linier. Dengan ini maka asumsi linieritas antara variabel X1 dengan variabel Y terpenuhi.

Uji Linieritas X₂ dengan Y

Hasil uji linearitas dengan SPSS untuk variabel Kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel Harga (X2), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Linieritas X₂ dengan Y

			df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan* Harga	Between Groups	(Combined)	21	126.975	148.692	.000
		<i>Linearity</i>	1	2631.014	3081.002	<i>.000</i>
		Deviation from Linearity	20	1.773	2.077	.026
	Within Groups		38	.854		
	Total		59			

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi Linearity kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan pelanggan (Y) dan variabel Harga (X2) terdapat hubungan yang linier. Dengan ini maka asumsi linieritas antara variabel X2 dengan variabel Y terpenuhi.

Uji Linieritas X₃ dengan Y

Hasil uji linearitas dengan SPSS untuk variabel Kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel Kualitas Pelayanan (X3), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Linieritas X₃ dengan Y

			df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	25	103.056	28.596	.000
		<i>Linearity</i>	1	2468.756	685.019	.000
		Deviation from Linearity	24	4.485	1.245	.274
	Within Groups		34	3.604		
	Total		59			

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi Linearity kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan pelanggan (Y) dan variabel Kualitas Pelayanan (X₃) terdapat hubungan yang linier. Dengan ini maka asumsi linieritas antara variabel X₃ dengan variabel Y terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas dapat dilihat jika memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10 dan nilai tolerance di atas 0,1.

Pengujian multikolinieritas dalam penelitian berdasarkan hasil output dari program SPSS sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Multikolinieritas Data

Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.674	.503		
	Produk	.191	.849	.280	2.440
	Harga	10.448	.000	.280	6.756
	Kualitas Pelayanan	-1.557	.125	.280	1.883

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Produk (X₁) = 2,440, variabel Harga (X₂) = 6,756 dan variabel Kualitas Pelayanan (X₃) = 1,883 ketiganya lebih kecil dari 10, begitu pula nilai tolerance lebih besar dari 0,1 (0,280). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi pengaruh linier atau model regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Coefficients Regresi Variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.681	.789	
	Produk	.131	.035	.167
	Harga	.534	.064	.657
	Kualitas Pelayanan	.134	.057	.180

Dari hasil tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai intercept garis regresi (a) diperoleh 0,681 sedangkan nilai slope atau koefisien regresi b1 sebesar 0,131, b2 sebesar 0,534 dan b3 sebesar 0,134 sehingga menghasilkan persamaan garis regresi berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

$$\hat{Y} = 0,681 + 0,131X_1 + 0,534X_2 + 0,134X_3$$

Koefisien Determinasi (R square)

Tabel 7
Coefficients Determinasi X₁, X₂ dan X₃ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.988 ^a	.976	.988	691

Berdasarkan hasil analisis di atas terlihat diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,976. Ini memberi arti bahwa variabel Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh sebesar 97,6%. Dengan demikian sekitar 2,4% kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh faktor lain di luar Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 8
Uji Parsial (uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.681	.789		.863	.392
	Produk	.131	.035	.167	3.732	.000
	Harga	.534	.064	.657	8.279	.000
	Kualitas Pelayanan	.134	.057	.180	2.345	.023

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Tabel 9
Uji F (Anova)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2301.480	3	767.160	1608.821	.000 ^b
	Residual	26.703	56	.477		
	Total	2328.183	59			

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo di Gading Serpong. Berdasarkan pertanyaan variabel Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada responden dengan menyebarkan kuesioner rata-rata menyatakan nilai setuju yang dapat diartikan bahwa pelanggan Restaurant Yugo di Gading Serpong merasa Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan di Restaurant Yugo di Gading Serpong tergolong baik. Hal ini dapat diketahui dari besarnya pengaruh secara simultan sebesar 97,6%.

Ini artinya semakin baik Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo Gading Serpong. Karena itu pihak Restaurant Yugo Gading Serpong harus tetap menjaga kualitas produk, menjaga stabilitas harga dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar tetap baik di mata pelanggan sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga bahkan meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Produk terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo di Gading Serpong dengan nilai hitung lebih besar daripada tabel ($3,372 > 2,008$) dan taraf signifikansi ($p\text{-value} < \alpha$) ($0,000 < 0,05$).

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo di Gading Serpong dengan nilai hitung lebih besar daripada tabel ($8,279 > 2,008$) dan taraf signifikansi ($p\text{-value} < \alpha$) ($0,000 < 0,05$).

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo di Gading Serpong dengan nilai hitung lebih besar daripada tabel ($2,345 > 2,008$) dan taraf signifikansi ($p\text{-value} < \alpha$) ($0,02 < 0,05$).

Terdapat pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan pelanggan di Restaurant Yugo di Gading Serpong dengan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($1608,8 > 2,769$) dan taraf signifikansi ($p\text{-value} < \alpha$) ($0,000 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, G dan Kotler, Philip. 2018. Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 Edisi Bhs. Indonesia dari Principle of Marketing, Jakarta: PT Prehalindo.

Arikunto, Suharsimi. 2019. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Edy Kusnadi Hamdun dan Denok Ariesty Romadhani. 2018. Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada toko roti Fatimah Bakery di Situbondo. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth Vol. 14, No. 2, November 2016 :31-48.

Ghozali, Imam. 2016. Ekonometrika teori, konsep dan aplikasi dengan SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran (Marketing Management), Jakarta: Prenhallind

Kountur, Ronny. 2019, Metode Penelitian untuk Penelitian Skripsi dan Tesis, Jakarta: Penerbit PPM.

Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (Vol. 1 No. 2 September 2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1 - 4.

Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.

Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI. Sari, Elisa Valenta.

Sinaga, O. S. et al. 2020. *Manajemen Kinerja dalam Organisasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.