

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BEBEK SAKTI KENDARI DI KECAMATAN KAMBU KOTA KENDARI

Waode Istiqoma \*<sup>1</sup>  
Ine Fausayana <sup>2</sup>  
Ilma Sarimustaqiyma Rianse <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Halu Oleo

\*e-mail : [inebasri67@gmail.com](mailto:inebasri67@gmail.com) <sup>1</sup>, [ilma.rianse@uho.ac.id](mailto:ilma.rianse@uho.ac.id) <sup>2</sup>, [istiqomaisti88@gmail.com](mailto:istiqomaisti88@gmail.com) <sup>3</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif menggunakan Regresi Linear Berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah makan bebek sakti kendari. Metode penentuan sampel menggunakan Accidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kedua variabel independen yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen

## Abstract

This research aims to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction. This research uses primary and secondary data. The method used in this research is a quantitative descriptive analysis method using Multiple Linear Regression. The Population in this study were consumers of the Kendari Sakti Duck Restaurant. The sample determination method used Accidental Sampling with a sample size of 50 people. Based on the research results, it shows that partially and simultaneously the two independent variables studied, namely service quality and price, have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

**Keywords :** Service Quality, Price and Consumer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat khususnya dalam dunia kuliner yang semakin menjamurnya bisnis di Indonesia. Menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar (Pane, *et al.*, 2018).

Perhatian terhadap kepentingan konsumen merupakan salah satu cara untuk melihat kebutuhan, keinginan serta kepuasan apa saja atas pelayanan yang menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karenanya, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga yang dapat memberikan kesan mendalam bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan suatu penilaian produk pada perusahaan. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan

konsumen dan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud (Herman, 2018).

Kota Kendari merupakan salah satu kota yang berkembang sangat pesat di Sulawesi Tenggara bahkan diseluruh Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya pengunjung dari luar Kota Kendari yang ingin membuka usaha (investasi) atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan perkembangan jumlah kunjungan tersebut, maka berbagai layanan penunjang usaha seperti restoran, rumah makan yang menyediakan berbagai menu tertentu sesuai dengan kebutuhan konsumen dan saling berlomba-lomba dalam menyajikan kepuasan kepada para pelanggan atau konsumen (Kambolong et al., 2018).

Seiring dengan berkembangnya zaman saat ini keberhasilan dan kegagalan suatu bisnis merupakan hal yang nyata yang dapat dialami dari suatu usaha kuliner yang sudah banyak di Indonesia salah satunya yaitu Rumah Makan Bebek Sakti Kendari yang berada di Kota Kendari. Karena selain harga dalam membeli suatu produk konsumen juga melihat dari sisi kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Rumah makan Bebek Sakti Kendari merupakan salah satu rumah makan teramai di Kota Kendari yang menyediakan beberapa menu masakan olahan bebek yang berada di Jln. Malaka, Kelurahan Andonuhu, Kecamatan Kambu, Kota Kendari Sulawesi Tenggara, dimana usaha rumah makan ini terletak di tempat yang sangat strategis yang dapat dijangkau oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian terkait dengan "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari".

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Bebek Sakti Kendari Kecamatan Kambu Kota Kendari. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (Purposive) dengan pertimbangan bahwa Rumah Makan Bebek Sakti Kendari merupakan salah satu rumah makan teramai di Kota Kendari. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2023 sampai selesai.

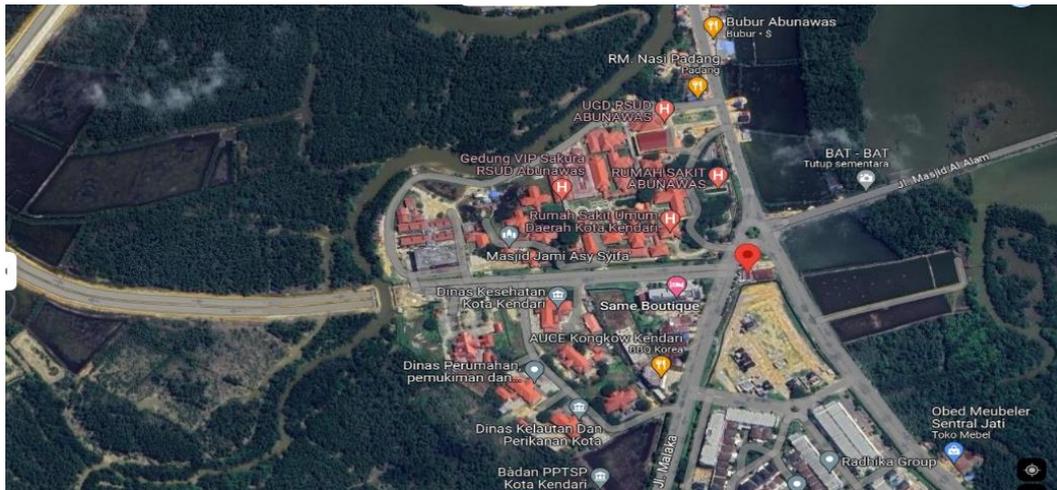
Penetapan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* atau secara kebetulan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang responden. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara dan kuesioner. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (kualitas pelayanan dan harga), variabel independen (kepuasan konsumen).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Usaha**

Rumah Makan Bebek Sakti Kendari terletak di Kecamatan Kambu tepatnya di Jalan Malaka, Andonuhu, Kecamatan Kambu Kota Kendari. Berdasarkan data BPS Kota Kendari (2022), secara geografi Kecamatan Kambu sebelah utara, Kecamatan Mandonga di sebelah selatan, Kecamatan Baruga, Kecamatan Poasia di sebelah barat Kecamatan Poasia dan Kecamatan Kadia, Kecamatan Wua-Wua, Kecamatan Baruga di sebelah timur. Kecamatan Kambu sendiri mempunyai 23 RW dan 74 RT. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Kambu sebanyak 22.840 jiwa yang terdiri dari 11.591 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 11.249 jiwa berjenis kelamin perempuan.

Rumah Makan Bebek Sakti Kendari berdiri sejak tahun 2021 dan sudah berjalan sekitar 3 tahun. Rumah makan ini sudah memiliki izin usaha dari Pemerintah Kota Kendari. Modal awal rumah makan ini berasal dari modal sendiri. Rumah makan ini memiliki sekitar 25 karyawan diantaranya Manager, Chef, Kasir dan karyawan. Rumah Makan Bebek Sakti Kendari buka pada pukul 10:00 a.m sampai pukul 22:00 p.m.



Gambar 1. Letak Posisi Rumah Makan Bebek Sakti Kendari

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,599	0,000	0,279	Valid
	2	0,607	0,000		Valid
	3	0,760	0,000		Valid
	4	0,585	0,000		Valid
	5	0,765	0,000		Valid
	6	0,679	0,000		Valid

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel. Pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang memiliki validitas tertinggi yaitu pada pernyataan butir X1.5 dengan koefisien korelasi 0,765 dan validitas terendah yaitu pada pernyataan X1.4 dengan nilai koefisien korelasi 0,585. Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa pernyataan Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

Tabel 2. Uji Validitas Harga

Variabel	Indikator	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Harga (X2)	1	0,611	0,000	0,279	Valid
	2	0,648	0,000		Valid
	3	0,650	0,000		Valid
	4	0,635	0,000		Valid
	5	0,761	0,000		Valid
	6	0,656	0,000		Valid

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) juga mempunyai nilai korelasi lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel yaitu nilai tertinggi berada pada pernyataan X2.5 dengan nilai koefisien 0,761 dan validitas terendah yaitu berada di pernyataan X2.1 dengan

nilai koefisien 0,611. Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan Harga(X2) dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,506	0,000	0,279	Valid
	2	0,459	0,001		Valid
	3	0,512	0,000		Valid
	4	0,338	0,016		Valid
	5	0,403	0.004		Valid
	6	0,365	0.009		Valid

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen (Y) juga mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r tabel yaitu nilai tertinggi berada pada pernyataan Y1 dengan nilai koefisien 0,506 dan validitas terendah berada pada pernyataan Y4 dengan nilai koefisien 0,338. Dari hasil uji validitas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

**Uji Reabilitas**

Metode yang digunakan untuk reabilitas dalam penelitian ini adalah Teknik *Cronbach Alpha*. Pertanyaan pada kuesioner dapat dikatakan reabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Ringkasan hasil uji reabilitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,751	0,60	Reabel
Harga (X2)	0,746	0,60	Reabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,254	0,60	Reabel

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 4 diatas diketahui bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai *alpha Cronbach* adalah > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari semuanya dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi dibangun untuk mengenali hubungan antar variabel penelitian, terlepas dari apakah hubungan yang dibangun bersifat positif atau hubungan Negatif. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada konsumen Rumah Makan Bebek Sakti Kendari yaitu menggunakan analisis statistic dengan uji regresi linear berganda yang melibatkan variabel independen dan variabel dependen, Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, dapat diketahui model hubungan analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>
---------------------------------

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.329	2.106		7.279	.000
	Kualitas Pelayanan	.222	.053	.542	4.230	.000
	Harga	.168	.053	.406	3.167	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai konstanta sebesar 15.329 nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,222 dan nilai koefisien regresi harga sebesar 0,168 . Maka diperoleh persamaan regresi sebagai beriku :

$$Y = 15.329 + 0,222 X_1 + 0,168 X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 15.329 yakni bernilai positif artinya jika terjadi kenaikan variabel independent maka akan mempengaruhi atau meningkatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari.
2. Koefisien regresi Kualitas pelayanan dimana memperoleh nilai positif sebesar 0,222 artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari sebesar 0,222.
3. Koefisien regresi Harga dimana memperoleh nilai positif sebesar 0,168 artinya bahwa Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari.

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji t parsial digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disajikan dalam bentuk persamaan regresi. Pengujian ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika t-hitung > t-tabel, maka Ha diterima dan H0 ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika t-hitung < t-tabel, maka Ha ditolak dan H0 diterima, atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.329	2.106		7.279	.000		
	Kualitas Pelayanan	.222	.053	.542	4.230	.000	.890	1.123
	Harga	.168	.053	.406	3.167	.003	.890	1.123

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

1. Berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t-hitung sebesar 4.230 dengan tingkat signifikan 0,000, yang berarti Ha diterima H0 ditolak. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari. Maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh untuk variabel harga diperoleh t-hitung sebesar 3.167 dengan tingkat signifikan 0,003, yang berarti  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari. Maka hipotesis kedua yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Bebek Sakti Kendari.

**Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent (variabel kualitas pelayanan dan harga) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Pengujian ini menggunakan kriteria jika p-value < dari *level of significant* yang ditentukan maka variabel indepeden secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, atau dapat melihat nilai F. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara bersamaan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.  $F_{tabel}$  dapat dihitung dengan cara  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel dependen dan independent. Maka  $df_1 = 2 - 1 = 2$  kemudian  $df_2 = 50 - 3 = 47$ , maka didapat  $F_{tabel}$  nya adalah 3,20.

Tabel 7. Hasil Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.698	2	8.849	10.697	.000 <sup>b</sup>
	Residual	38.882	47	.827		
	Total	56.580	49			

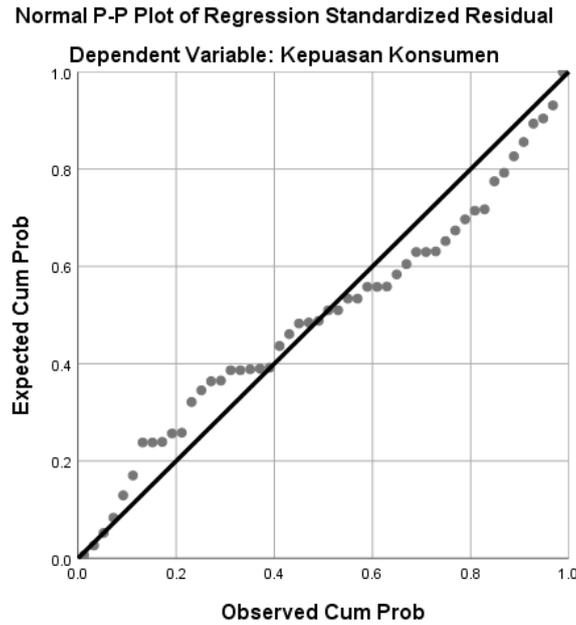
- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 10.697 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,20 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan),  $X_2$  (harga) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

**Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dari hasil uji ini terdapat sebaran data yang terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah *error tern* terdistribusi normal atau sebaliknya. Dalam pengujian, jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai  $\alpha$  yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model asumsi normalitas tidak ada penyimpangan data yang digunakan dalam penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov. Gambar uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:



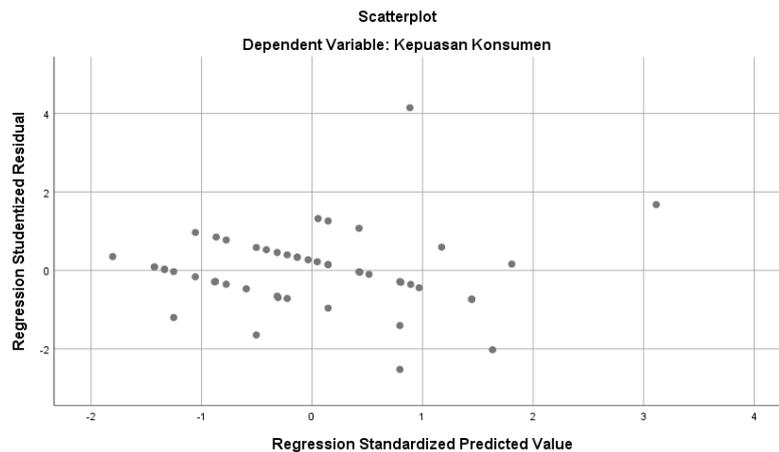
Gambar 2. Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas merupakan gambar normal probality plot, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, dimana titik-titik menyebar disekitar garis diagnol dan mengikuti arah garis diagnol yang mengindikasikan bahwa data berdistribudi normal.

**Uji Heteroskestisitas**

Menguji keberadaan perbedaan varian residu dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya, atau menggambarkan hubungan antara nilai prediksi dan residu yang dihapus dari penelitian. Jika varian residual dari pengamatan kedua tetap, maka dikatakan homoskedastisitas, jika varian berbeda maka dikatakan heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara memprediksi apakah terjadi heteroskedastisitas pada model dapat dilihat dengan melihat scatterplot. Jika pola tertentu, misalnya titik-titik, membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik pada sumbu Y berjarak di atas dan di bawah 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3. residual diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.890	1.123
	Harga	.890	1.123

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Berdasarkan IBM SPSS versi 25.0

Berdasarkan uji Multikolinieritas pada tabel 4.15 dimana dapat dilihat bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel kualitas pelayanan adalah 1.123 nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada variabel harga adalah 1.123 dimana semuanya lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi untuk variabel kualitas pelayanan dan harga tidak ada gejala multikolinearitas.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap dalam kepercayaan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis agar dapat bertahan dan menjaga kepercayaan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan menggunakan pendekatan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4.230 Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari, dengan ini dapat dikatakan bahwa Rumah Makan Bebek Sakti Kendari telah memberikan kualitas pelayanan dengan baik kepada konsumen.

Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bagaimana konsumen menilai produk atau jasa perusahaan bergantung pada bagaimana perusahaan menawarkan jasa agar keinginan pelanggan sesuai dengan persepsinya. Pelanggan sering merasa puas atau tidak puas dengan produk yang dibeli. Nyatanya, perasaan ini muncul saat mereka membandingkan harapannya dengan perasaannya. Kepuasan konsumen dapat dicapai ketika layanan yang dialami konsumen sesuai, atau setidaknya mendekati dengan apa yang diharapkan konsumen ketika membeli atau menggunakan layanan dari penyedia layanan. Agar hal tersebut berhasil, manajemen harus mengetahui apa yang penting bagi konsumen dan manajemen berusaha untuk memberikan kinerja sebaik mungkin agar pelayanan berkualitas tinggi dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas layanan adalah manfaat dari layanan yang hanya dapat dievaluasi oleh konsumen. Kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang keseluruhan kualitas atau keunggulan produk atau layanan relatif terhadap tujuan yang dimaksudkan (Indahingwati, 2019). Kualitas dapat dipahami secara luas sebagai keunggulan atau kekhasan dan dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan yang relatif berkualitas tinggi

kepada pelanggan. Kualitas layanan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan saat membeli suatu produknya (Sudarso, 2016).

Kualitas pelayanan dapat dievaluasi berdasarkan persepsi pelanggan atau penerima layanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dialami sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima jauh dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan dikatakan buruk. Jadi, baik buruknya suatu layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan konsumen

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari diperoleh hasil variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung} 3.167 > t_{tabel} 2.012$  dan nilai sig.  $0,000 > 0,005$  sehingga dapat disimpulkan hipotesa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Jadi dapat dikatakan bahwa dalam menjamin kepuasan konsumen dikemudian hari, harga merupakan salah satu faktor pendorong yang penting. Karena harga merupakan tolak ukur bagi konsumen dalam membandingkan dengan pesaing lain. Selain itu dengan harga yang berkualitas dan kompetitif serta dibarengi dengan kualitas yang baik, maka akan mampu meningkatkan kesetiaan konsumen dalam membeli. Harga mempengaruhi unsur-unsur bauran pemasaran lain seperti fitur produk, keputusan saluran dan promosi (Sinaga dan Pandiangan, 2019). Dalam hal ini harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Nasution dan Lesmana, 2018) Dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa harga merupakan faktor utama dalam pembelian konsumen, konsumen pada umumnya tertarik dengan harga yang bersaing dan relatif terjangkau yang sesuai dengan kualitas produk yang diinginkannya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek Sakti Kendari diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 10.697 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3.20 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan),  $X_2$  (harga) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel  $Y$  (kepuasan konsumen). Demikian dapat dikatakan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang berorientasi pada kebutuhan dan ide konsumen, maka kepuasan konsumen terhadap perusahaan dapat meningkat dan akhirnya tujuan perusahaan untuk menciptakan loyalitas konsumen dapat tercapai.

Kualitas pelayanan dan harga yang baik merupakan hal yang sangat penting untuk menciptakan kepuasan dan mempertahankan konsumen. (Gofur, 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dan antara harga dengan kualitas pelayanan yang secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen. Mempunyai konsumen yang puas adalah cara yang penting dalam mempertahankan keunggulan dalam persaingan sebagai konsumen yang puas berarti konsumen memiliki kesempatan untuk tetap menjadi konsumen waktu yang lama.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan variabel penting di Rumah Makan Bebek Sakti Kendari karena berpengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan konsumen dan pada tahap berikutnya akan berpengaruh positif pula pada pembentukan instansi pembelian. Dan dengan terbentuknya kepuasan konsumen, konsumen akan terus menerus melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini merupakan suatu jaminan bagi kelangsungan hidup Rumah Makan Bebek Sakti Kendari.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : Secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Sakti Kendari keduanya berpengaruh signifikan. Secara simultan faktor kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka diberikan saran sebagai berikut: Untuk Pemilik (Owner) Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah cukup baik dalam memenuhi keinginan konsumen, konsumen sudah puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan hal tersebut dan bahkan terus meningkatkan kualitas yang ada supaya konsumen terus merasa puas dan berdampak pada pembelian ulang. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis diharapkan lebih memperhatikan beberapa faktor yang digunakan dalam penelitian ini yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Semoga penelitian ini menambah pengalaman dan wawasan pengetahuan terkait kualitas pelayanan dan harga serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian sempurna selanjutnya. Karena dalam penelitian ini peneliti masih merasa terdapat lebih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini N, Alhempri RR. 2021 Analisis Kepuasan Konsumen PT hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(9): 1923-1930.
- Astuti A, Dewi RK, Azizah N, Nardina EA, Lestari RT, Hutomo CS, Winarso SP, Bayu N, Sarag HS, Winarsih, Arum DNS, Santi MY. 2021. *Mutu Pelayanan Kebidanan : Standar, Indikator dan Nilai*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Bernik M. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. 12(3) : 220-238.
- Chorniawan EF, Sundarwanto T, Santoso RP. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal Geo Ekonomi*. 10(2):164-80.
- Bu'ulolo P dan Nasruji. 2024. Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Satu Market Batam Botania II. *Jurnal Rekaman*. 8(1) : 61-70.
- Duli N. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta. Deepublish.
- Fadhli K dan Pratiwi ND. 2021. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 2(2) : 603-611.
- Fatihudin D dan Firmansyah A. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Gainau MB. 2021. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. PT Kanisius.
- Gofur A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. 4(1) : 37-44.
- Herman H. 2018. Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan Pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*. 3(1): 57-63.
- Ibrahim M dan Sitti MT. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. 4(1) : 175-182.
- Imran MIA. 2018. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*. 2(1): 50-64.

- Indahingwati A. 2019. *Kepuasan KonsumeDn Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. Surabaya. CV. Jagad Publishing.
- Jasmalinda. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(10) : 2199-2206.
- Jony, Sitorus SA, Hana KF, Purba B, Basmar E, Hasyim, Sugiarto M, Simanjuntak M, Sariyanto. 2021. *Pemasaran Usaha Kecil Menengah*. Medan. Yayasan Kita Menulis. Joseph C, William P, Jerome M. 2009. *Pemasaran Dasar*. Jakarta. Salemba Empat.
- Kambolong, A. W., et al. (2018). Perilaku Konsumen Rumah Makan KampungEmpang Di Kota Kendari. *Jurnal Business Uho*.
- Kharolina I dan Transistari R. 2021. Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*. 2(2) : 185-196.
- Mariansyah A. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Cabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*. 3(2): 134-146.
- Maulidah S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Malang. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Mu'ah dan Masram. 2014. *Loyalitas Pelanggan*. Sidoarjo. Zifatama Publisher.
- Novel AH, Kamanda SV, Kusumayanti K. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Cfc Batuaji Batam). *Jurnal AL-AMAL*. 1(1) : 26-32.
- Pane DN, Fikri ME, Ritonga HM. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen Tools*. 9(1): 1-11.
- Panjawa JL dan Sugiharti RR. 2021. *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori Dan Aplikasi Praktis Untuk Sosial-Ekonomi*. Jawa Tengah. Pustaka Rumah Cinta.
- Payangan OR. 2018. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor. IPB Press.
- Pertiwi R dan Dewi. 2021. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Putri DS, Nurhadi. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualita s Pelayanan Publik Pada Era New Normal Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Enersia Publika*. 5(1): 342-353.
- Rahman A, Yuniarti P, Aprilia D. 2020. Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*. 5(2): 191-196.
- Riyanto S dan Putera AR. 2022. *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Yogyakarta. Deepublis.
- Sa'adah L dan Munir AF. 2020. *Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saputro ANC, Kuswandi S, Purba S, Aswan N, Ermawati EA, Yuniwati I, Kato I, Yustita AD, Rahmawai I, Lestari H, Hardiyanti SA, Suesilowati and Subakti H. 2022. *Manajemen Mutu Terpadu Untuk Pendidikan*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Sari ARP dan Yasa NNK. 2020. *Kepercayaan Pelanggan*. Jawa Tengah, Lakeisha.
- Setyawati Ria. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*. 19(1) : 57-63.
- Sinaga, E. K., et al. 2019. Buku Ajar Statistika. Yayasan Kita Menulis.
- Sinaga MJE dan Pandiangan A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Future Dan Gloves Pada PT. Surgika Alkesindo Medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*. 1(2) : 92-102.
- Sintya LI, Lopian J, Kruntu M. 2018. Pengaruh harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA*. 6(3) : 1778-1787.
- Siswandi F, Muharam H, Hannan S. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*. 18(1) : 42-53.

- Sitanggang FA dan Sitanggang PA. 2021. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah. PT. Nasya Expanding Management.
- Solikha S dan Suprpta I. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*. 10(1) : 67-81.
- Sudarso. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Suhara NI dan Prakoso FA. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*. 1(11).
- Supriyadi E. 2021. *Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Statistical Process Control (SPC)*. Banten. Pascal Books.
- Sumarsid dan Paryanti AB. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 12(1) : 70-83.
- Syahidin dan Adnan. 2022. Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Jurnal GPJER*. 4(1) : 20-32.
- Tombeng B, Roring F, Rumokoy FS. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA*. 7(1): 891-900.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Winatha A, Kambolong M, Bakt 2018. Perilaku Konsumen Rumah Makan Kampung Empang di Kota Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis* 3(1): 1-15.
- Wulandari N, Siswati E, Afriantoni. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Putra Bungsu di Teratai. *Jurnal Mahasiswa*. 1: 107-116.
- Yudhanto Y. 2018. *Information Technology Business Start-Up*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Yusnani dan Sutrisna E. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Umroh pada PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP*. 5(2) : 1-17.