

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SFA STEAK & RESTO KARANGANYAR

Ciciek Adhias Putri ¹⁾, Juni Trisnowati ²⁾

^{1), 2)} Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: ciciekadhias@gmail.com¹⁾, junitrisnowati@gmail.com²⁾

Abstract

Business in the culinary field has shown quite rapid development. This was marked by the establishment of various types of restaurants in Indonesia. The restaurant is not only a place to eat, but also serves as a place to gather, socialize, exchange ideas, expand networks and also become one of the places for prospecting business. So it can be concluded that eating habits outside the home have become an inseparable part of the life of modern society. In this research, the aim is to determine the effect of product quality, service quality, and price on customers satisfaction in sfa steak and resto karanganyar. the hypothesis in this study are suspected by product quality, service quality, and price have a significant effect on consumers satisfaction in sfa steak & resto karanganyar. necessary data in this study are primary data obtained by questionnaire from a sampel of 100 respondents. analysis of the data used in this research is multiple linier regression test, t test, f test, and the coefficient of determination test. The result of data analysis in this study can be concluded that of product quality, service quality, and price significantly influence consumers satisfaction in sfa steak & resto Karanganyar.

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

PENDAHULUAN

Bisnis pada bidang kuliner telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis rumah makan. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah situasi ekonomi indonesia yang semakin membaik telah mendorong banyak orang untuk memulai usaha baru. Berkembangnya bisnis tersebut selain karena faktor tingkat kesejahteraan, terkait dengan perilaku konsumen yang suka makan di luar rumah dan ditunjang era serba go food. Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, rumah makan digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan juga menjadi salah satu tempat untuk melakukan prospecting business. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan di luar Rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya.

Bagi pengusaha rumah makan dengan memperhatikan kualitas makanan (product) dalam usaha penyajian makanan dan minuman merupakan hal yang vital, karena merupakan core product yang menentukan keputusan pembelian konsumen ketika mereka merasakan kepuasan setelah menikmati produk tersebut. Kualitas produk dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini mengindikasikan kualitas produk yang baik bukan berasal dari pemilik usaha,

melainkan berasal dari persepsi pelanggan yang diperoleh dari pengalaman terhadap suatu produk (Nugroho, 2013). Pemilik usaha bisnis food service khususnya rumah makan seharusnya menjaga kualitas produk mereka dengan menciptakan sesuatu yang baru seperti rasa yang lezat, penyajian yang menarik dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen agar keputusan pembelian mereka dapat terjadi secara kesinambungan.

Bagi usaha food service, kualitas pelayanan atau service quality menjadi suatu hal yang penting. Parasuraman, et al menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para konsumen ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Pelayanan sangat penting karena pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Sebaliknya pelayanan yang buruk akan berakibat pada ketidakpuasan konsumen terhadap apa yang mereka harapkan.

Selain kualitas suatu produk dan kualitas pelayanan, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan pelanggan. Secara umum harga menunjuk pada nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011: 43). Harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Upaya yang dilakukan pihak produsen untuk menarik, membentuk dan mempertahankan konsumen adalah memberikan harga sesuai dengan standar yang berlaku. Dengan harga yang diberikan pihak produsen diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga kedepannya tercipta niat berkunjung kembali dan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang kuat untuk tetap menggunakan produk barang/ jasa.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen akan tetapi bisa dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, pelayanan dan promosi akan meningkatkan kepuasan konsumen. Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan lebih pada kualitas produk, pelayanan, dan harga.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Dari rumusan tersebut, maka dapat di rumuskan menjadi beberapa masalah, antara lain :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar?

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Abil Fauzan Arifki (2018) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Alfabeth Store Pasuruan”, hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara parsial kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan juga dilakukan oleh Ludvius Sholeha (2018) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Iis Maulidah (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”. Adapun hasilnya kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Gahensya Keloay (2019) juga melakukan penelitian dengan judul” Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, variabel harga, dan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Produk

Produk adalah pemuas kebutuhan yang ditawarkan oleh perusahaan. Banyak perusahaan yang melakukan promosi tentang fitur produk, namun biasanya akan lebih baik bila fokus pada fitur-fitur yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian di perusahaan, karena kualitas produk berkaitan dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi harapan dari pelanggan sehingga pelanggan merasa puas setelah mengkonsumsi suatu produk. Terdapat sembilan dimensi kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012:351) yaitu Form (Bentuk), Features (Fitur), Customization, Performance Quality (Mutu Kinerja), Conformance Quality (Mutu Kesesuaian), Durability (Daya Tahan), Reliability (Keandalan), Repairability (Perbaikan), Style (Gaya).

Kualitas Pelayanan

Jasa merupakan semua kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk fisik, umumnya dikonsumsi pada saat itu diproduksi, dan memberikan nilai tambah dalam bentuk (seperti kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, comfort, atau kesehatan). Bila ukuran kualitas dan pengendalian kualitas telah lama dikembangkan dan diterapkan untuk barang-barang berwujud (tangible goods), maka untuk jasa berbagai upaya justru dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu (Tjiptono, 2014:266). Pada prinsipnya, kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014:268). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu produk yang bersifat intangible yang diberikan penyedia jasa untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Terdapat lima dimensi utama pelayanan menurut (Lupiyoadi, 2011:170), yakni Keandalan (reliability),

Daya tanggap (responsiveness), Jaminan dan kepastian (assurance), Empati (empathy), Berwujud (tangibles).

Harga

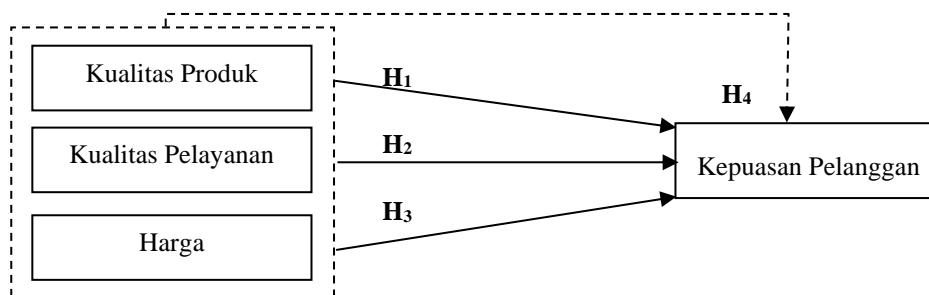
Harga merupakan suatu pengorbanan yang harus dikeluarkan baik itu berupa uang tenaga ataupun hal lainnya agar seseorang mendapatkan suatu barang atau jasa. Harga hanya merupakan bagian dari pengorbanan total yang dikeluarkan oleh konsumen dalam suatu pertukaran. Harga berasal dari banyak bentuk dan fungsi. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu pengorbanan yang harus dikeluarkan baik itu berupa uang tenaga ataupun hal lainnya agar seseorang mendapatkan suatu barang atau jasa.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Secara umum, kepuasan adalah perasaan seseorang atas kesenangan atau ketidakpuasan atas hasil dari perbandingan antara performa atau kualitas produk yang diterima dengan harapan. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jika kinerja yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka akan memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika kinerja yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka akan menyebabkan pelanggan tidak puas atas suatu produk atau jasa.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah mencari bukti tentang hubungan antara pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.



Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 :

H₀ : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

H_a : Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Hipotesis 2 :

H₀ : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Ha : Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Hipotesis 3 :

Ho : Diduga tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Ha : Diduga ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Hipotesis 4 :

Ho : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Ha : Diduga ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan data yang telah didapat, maka populasi dalam penelitian ini adalah 15.000 konsumen rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar periode bulan januari 2020.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2012:91). Pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan metode jenis purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus Slovin. Dari hasil penghitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 99,34 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi dalam penelitian ini akan menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012:95).

Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:96). Pertimbangan yang digunakan dalam memilih responden antara lain Responden dalam penelitian adalah konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan mengkonsumsi produk tersebut dan responden yang sedang menunggu makanan yang akan dihidangkan atau setelah menikmati hidangan.

Sumber Data

Data primer merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer yakni secara khusus dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002: 146). Sumber data berasal dari kuesioner penelitian yang berisi tentang persepsi konsumententang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen yang disebarakan ke pengunjung SFA Steak & Resto Karanganyar. Selain itu wawancara yang dilakukan kepada HRD dan Supervisor SFA Steak & Resto cabang Karanganyar.

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatatoleh pihak lain). Sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah berupa teor-teori yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah instrumen yang disusun peneliti layak digunakan sebagai alat ukur variabel penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan dua jenis yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang diuraikan sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan (kesahihan) instrumen dalam mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan dari daftar pertanyaan yang disebar kepada bebarapa responden. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks keprecayaan instrumen dari variabel independen. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas angket digunakan rumus Alpha Cronbach. Adapun hasil uji reabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa semua instrumen yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini reliabel sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat mengukur variabel dalam penelitian ini.

Hipotesis

- Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	4,310	,861		5,005	,000
Kualitas Produk (X1)	,339	,057	,433	5,925	,000
Kualitas Pelayanan (X2)	,203	,071	,220	2,851	,005
Harga (X3)	,276	,060	,331	4,577	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,310 + 0,339X1 + 0,203X2 + 0,276X3$$

Artinya :

Konstan a = 4,310, bernilai positif artinya apabila terdapat penilaian variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga maka akan mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen. Nilai koefisien X1 = 0,339. Koefisien X1 bernilai positif bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Apabila terdapat variabel produk dan variabel lain dianggap konstan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Nilai koefisien X2 = 0,203. Koefisien X2 bernilai positif bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Apabila terdapat variabel pelayanan dan variabel lain dianggap konstan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Nilai koefisien X3 = 0,276. Koefisien X3 bernilai positif bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Apabila terdapat variabel harga dan variabel lain dianggap konstan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

- Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

- Pengaruh kualitas produk (X1)

Diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,925 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abil Fauzan Arifki (2108), Iis Maulidah (2019) dan Gahensya Keloay (2019), dimana kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Pengaruh kualitas pelayanan (X2)

Diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,851 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,005 lebih kecil dari dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ludvivyatus Sholeha (2018), Abil Fauzan Arifki (2018), Iis

Maulidah (2019), dan Gahensya Keloay (2019), dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Pengaruh harga (X3)

Diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,577 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di SFA Steak & Resto Karanganyar. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gahensya Keloay (2019), bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Uji F (Simultan)

F test adalah pengujian hipotesis koefisien regresi secara total, dimana antara β_1 , β_2 , dan β_3 diuji secara bersama-sama. Uji F ini mengikuti distribusi F sehingga tabel yang dipergunakan adalah tabel F. Dalam penulisan ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Diperoleh hasil bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($104,048 > 2,700$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di SFA Steak & Resto Karanganyar.

- Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur proporsi/persentase sumbangan dari seluruh variabel dependen (X1, X2, dan X3) yang terdapat dalam model regresi terhadap dalam model variabel independen (Y). Dari hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS Versi 23, maka diperoleh hasil analisis data dalam penelitian ini nilai Koefisien Determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,757. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar sebesar 75,7% sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi faktor lainnya.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisa pada penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto di Karanganyar. Hal ini terbukti dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,925 > 1,985$) dengan nilai sig (p-value) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050 berarti H_0 ditolak dan menerima H_a .

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto di Karanganyar. Hal ini terbukti dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,851 > 1,985$) dengan nilai sig (p-value) sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,050 berarti H_0 ditolak dan menerima H_a .

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto di Karanganyar. Hal ini terbukti dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,577 > 1,985$) dengan nilai sig (p-value) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050 berarti H_0 ditolak dan menerima H_a .

Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar, hal ini terbukti dengan nilai

Fhitung>Ftabel yaitu $104,048 > 2,700$ dan nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari dari 0,050 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Variasi variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar sebesar 75,7% sedangkan sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.

Arifki A.F., Nurtjahjani F. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen di Alfabeth Store Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 4 No. 1: 281-285.

Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, S. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Handoko T. Hani. 2002. *Manajemen Edisi Kedua*, Cetakan Ketiga belas Yogyakarta: BPFE.

Keloay G., Rumawas W., Asaloei S. 2019. Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 2: 26-33

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.

Lupiyoadi, R. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.

Maulidah I., Widodo J., Zulianto M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 13. No. 1: 26-29.

Ratminto & Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sholeha L, Djaja S., Widodo J. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 12 . No. 1: 15-25.

Stanton, J.W. 2010. *Prinsip Pemasaran I*. Edisi Indonesia. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Cetakan Ke 20*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.