

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Vivi Indriani Muzayanah

muzayana17@yahoo.com

Sugiyono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research is aimed to find out the simultaneous influence of product quality, price, and service quality to the customer satisfaction at Waroeng Kauman Surabaya. The population of this research is all customers of waroeng kauman Surabaya who are met by the researcher when the research is conducted and the total samples are 100 respondents. The sample collection method has been done by using non probably sampling and the data collection technique has been carried out by issuing questionnaires. The analysis method has been carried out by using multiple regressions analysis and the instrument of the SPSS application (Statistical Product and Service Solutions). The result of this research shows that product quality, price, and service quality give positive and significant influence to the customer satisfaction at waroeng Kauman Surabaya. Product quality gives positive and significant influence to the customer satisfaction at waroeng Kauman Surabaya. Price gives positive and significant influence to the customer satisfaction at waroeng Kauman Surabaya. Service quality gives positive and significant influence to the customer satisfaction at waroeng Kauman Surabaya.*

*Keywords: Product quality, price, service quality and customer satisfaction.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan serta pengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng Kauman Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan waroeng kauman Surabaya yang dijumpai pada saat penelitian dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probably sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Kauman Surabaya. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng Kauman Surabaya. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng Kauman Surabaya. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng Kauman Surabaya.

**Kata kunci: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan**

### PENDAHULUAN

Persaingan di bidang bisnis kuliner saat ini terbilang sangat ketat seiring dengan perkembangan teknologi, budaya dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan termasuk kebutuhan pokok yaitu makanan.

Konsumen saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Konsumen tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan dalam membeli barang atau jasa pada perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen

serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen.

Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan, maka restoran juga perlu memastikan konsumen merasa puas serta menjaga keberlanjutan bisnis restorannya. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan tidak terlepas dari strategi harga yang digunakan, kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Kotler dan Keller (2009:4) mendefinisikan tentang kualitas produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Alma (2004: 169) mendefinisikan harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Terkadang konsumen ada yang beranggapan bahwa dengan harga yang tinggi belum tentu menjadikan kepuasan bagi konsumen, namun disatu sisi juga ada yang beranggapan bahwa dengan mematok harga yang tinggi juga sesuai dengan kualitas produk. Kualitas pelayanan menurut Menurut Kotler dan Keller (2009: 65) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen.

Masyarakat saat ini melepas kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari biasanya dengan bersantai, makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman-teman komunitasnya di restoran ataupun café sehingga fungsi restoran dan café perlahan bergeser menjadi tempat yang lebih sering digunakan untuk berkumpul, bersosialisasi dan bertukar pikiran. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Menangkap peluang dari pergeseran gaya hidup masyarakat menjadikan restoran semakin bertambah, dengan bermunculnya usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran.

Waroeng Kauman adalah suatu bisnis usaha bergerak dalam bidang café dan restoran yang berlokasi di Jl. Pagesangan Baru VIII No.1, Pagesangan, Jambangan, kota Surabaya yang menyediakan berbagai masakan khas Indonesia untuk semua kalangan. Dalam perkembangannya Waroeng Kauman juga menyediakan menu lain selain makanan pokok yaitu aneka Dimsum serta aneka coffee sehingga waroeng kauman tidak hanya menjadi tempat makan dan minum, melainkan juga dijadikan sarana untuk suasana yang lebih serius seperti bertemu rekan bisnis ataupun melakukan pertemuan seputar pekerjaan, tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar serta tempat bersosialisasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, rumusan masalah yang dapat di kemukakan adalah sebagai berikut: (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya?, (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya?, (3) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap

kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya, (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya, (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Kauman Surabaya.

## TINJAUAN TEORITIS

### **Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:9) mengemukakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai pada pihak lain. Setiap kegiatan pasti membutuhkan proses agar mencapai suatu tujuan yang diharapkan, karena proses pemasaran merupakan kegiatan-kegiatan pemasaran dari awal hingga akhir sampai memperoleh tujuan.

### **Kualitas Produk**

Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, tempat, organisasi, dan gagasan. Menurut Kotler dan Keller (2009:4) definisi tentang produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan. Perkembangan kualitas produk didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan faktor-faktor lainnya. Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan nama perusahaan melalui kualitas dari produk yang dihasilkan.

### **Harga**

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Selain itu harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat berubah secara cepat, berbeda dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi yang tidak dapat berubah atau disesuaikan secara mudah dan cepat karena menyangkut keputusan jangka panjang. Alma (2004: 169) mendefinisikan harga sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.

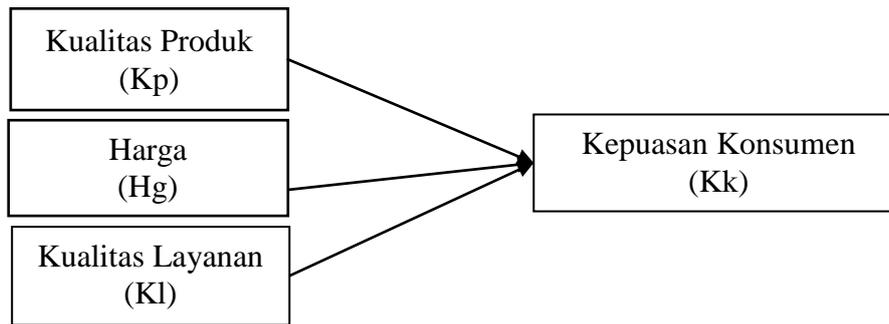
### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2009: 65) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2009: 86), bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan produk yang mereka dapatkan dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

## Model Penelitian



Gambar 1  
Model Penelitian

## Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, serta tinjauan teori yang telah diuraikan sebelumnya, adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. (2) H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. (3) H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian kausal komparatif karena penelitian ini menguji pengaruh variabel bebas kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Objek pada penelitian ini berada di Waroeng Kauman Surabaya yang beralamat di Jambangan Surabaya, populasi adalah konsumen Waroeng Kauman yang jumlahnya tidak diketahui. Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Sedangkan menurut Sugiyono pengertian 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 Sugiyono (2011:80).

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen yang ditemui pada saat penelitian dilakukan.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat bertanya peneliti kepada konsumen Waroeng Kauman Surabaya. Kuesioner disusun untuk mendapatkan data informasi mengenai variabel kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan Waroeng Kauman Surabaya. Dalam kuesioner yang diberikan oleh peneliti, terdapat butir-butir pertanyaan dimana di setiap pertanyaan terdapat 5 alternatif jawaban (*likert scale*) yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Cukup Setuju (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

## Variabel Penelitian

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang dilambangkan dengan Kp, harga yang dilambangkan dengan Hg, dan kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan Kl. (2) Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2011: 39). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang dilambangkan dengan Kk.

## Definisi Operasional Variabel

Kualitas Produk dalam penelitian ini adalah karakteristik sebuah produk baranga atau jasa sebuah perusahaan dalam memberikan rasa puas kepada konsumen. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk dalam kuesioner adalah sebagai berikut: (1) Kinerja produk, (2) Keragaman produk, (3) Keandalan, (4) Kesesuaian pesanan, (5) Daya tahan produk, (6) Manfaat produk atau kemampuan pelayanan produk, (7) Estetika, (8) Kualitas yang dipresepsikan oleh konsumen.

Harga dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang ditukarkan kepada orang ataupun pihak lain untuk mendapatkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur harga yaitu: (1) Keterjangkauan Harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga, (4) Kesesuaian harga dengan manfaatnya.

Kualitas Layanan dalam penelitian ini adalah sebuah pelayanan yang diberikan oleh seseorang dan diberikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menurut Tjiptono (2011:261) adalah sebagai berikut: (1) Bukti Fisik, (2) Kehandalan, (3) Jaminan, (4) Empati, (5) Daya Tanggap.

## Teknik Analisis Data

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Ghozali (2011: 41) Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliable jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap semua indikator ini acak, maka dapat dikatakan tidak reliable. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan one shot atau pengukuran satu kali saja. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach Alpha > 0,60.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Pada kenyataannya di dalam dunia bisnis, satu variabel terikat dapat dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini variabel bebas terdiri dari variabel kualitas produk (Kp), harga (Hg), dan kualitas pelayanan (Kl) dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Kk).

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Nilai residual berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya, jika digambarkan dengan kurva. Tidak terpenuhinya normalitas pada umumnya disebabkan karena distribusi data yang dianalisis tidak normal, karena terdapat nilai ekstrim pada data yang diambil. Nilai ekstrim ini dapat terjadi karena adanya kesalahan dalam pengambilan sampel, atau pada saat pengimputan data.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas dapat menggunakan metode analisis grafik. Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati scatterplot dimana sumbu horizontal (variabel bebas) menggambarkan nilai *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal (variabel terikat) menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Jika scatterplot membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi sedangkan jika scatterplot menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berarti terjadi korelasi linier yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya masalah multikolinieritas adalah dengan melihat nilai  $R^2$  dan nilai t statistik.

### Uji Goodness Of Fit (Uji Kelayakan Model)

#### Uji F

Uji Kelayakan model atau uji F, pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Melalui alat bantu statistik SPSS dengan membandingkan antara nilai signifikan hitung  $< 5\%$ , artinya maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2008:261) analisis koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Adapun kriteria pengujian analisis koefisien determinasi berganda yaitu jika nilai  $R$  square di atas 0,5 maka dapat dikatakan baik, jika nilai  $R$  square di bawah 0,5 maka dapat dikatakan kurang baik

#### Uji Koefisien Parsial (Uji t)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji t dan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS dapat

membandingkan antara signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara membandingkan antara nilai p value  $<0,05$ . Apabila perhitungan p value  $< 0,05$ , maka H1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

Waroeng Kauman adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner yang didirikan pada tahun 2014 yang beralamat di Jl. Pagesangan Baru VIII no. 1, Pagesangan, Jambangan, Surabaya. Waroeng kauman buka setiap hari mulai pukul 11.00 WIB hingga pukul 24.00 WIB. Letak rumah makan ini cukup strategis karena berada di seberang jalan Masjid Agung Surabaya, masjid terbesar kedua di Indonesia. Terdiri dari dua bangunan bersebelahan yang terpisah oleh sebuah gang kecil, setiap bangunan terdapat dua lantai untuk menampung banyaknya pengunjung setiap harinya. Suasana di Waroeng Kauman Surabaya sangat nyaman didukung dengan fasilitas *smoking room*, *wifi* dan full musik, pengunjung juga akan dimanjakan dengan pemandangan Masjid Agung Surabaya.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berkaitan dengan jenis kelamin mereka dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	44	44.0
Perempuan	56	56.0
Total	100	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden ditinjau dari jenis kelamin adalah wanita sebanyak 56 responden atau 56%, sedangkan sisanya berjenis kelamin pria sebanyak 44 responden atau 44%.

### Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berkaitan dengan usia mereka dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Menurut Usia**

Usia	Frekuensi	%
<20 tahun	11	11.0
20-30 tahun	44	44.0
30-40 tahun	37	37.0
>40 tahun	8	8.0
Total	100	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan dari tabel 2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki usia antara 20-30 tahun dengan jumlah responden sebanyak 44 responden atau 44%, untuk usia 30-40 tahun sebanyak 37 responden atau 37%, untuk usia kurang dari 20 tahun sebanyak 11 responden atau 11% dan sisanya berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 8 responden atau 8%.

### Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berkaitan dengan usia mereka dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

Usia	Frekuensi	%
Mahasiswa	47	47.0
Pegawai Swasta	10	10.0
Pegawai Negeri	11	11.0
Wiraswasta	21	21.0
Lainnya	11	11.0
Total	100	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan dari tabel 3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berstatus pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 47 responden atau 47%, wiraswasta sebanyak 21 responden atau 21%, pegawai negeri sebanyak 11 responden atau 11%, lainnya sebanyak 11 responden atau 11%, dan sisanya adalah pegawai swasta sebanyak 10 responden atau 10%.

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji validitas data adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pertanyaan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan atau konsistensi kuesioner yang digunakan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Corrected Item Total Correlation	r <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	Kp1	0,829	0,196	0,00	Valid
	Kp2	0,448		0,00	Valid
	Kp3	0,829		0,00	Valid
	Kp4	0,829		0,00	Valid
	Kp5	0,448		0,00	Valid
	Kp6	0,355		0,00	Valid
	Kp7	0,658		0,00	Valid
	Kp8	0,644		0,00	Valid
Harga	Hg1	0,402	0,196	0,00	Valid
	Hg2	0,843		0,00	Valid
	Hg3	0,682		0,00	Valid
	Hg4	0,843		0,00	Valid
Kualitas	Kl1	0,788		0,00	Valid

Pelayanan	Kl2	0,752	0,00	Valid
	Kl3	0,720	0,00	Valid
	Kl4	0,744	0,00	Valid
	Kl5	0,293	0,00	Valid
	Kk1	0,697	0,00	Valid
Kepuasan Pelanggan	Kk2	0,466	0,00	Valid
	Kk3	0,461	0,00	Valid
	Kk4	0,745	0,00	Valid
	Kk5	0,675	0,00	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 4, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang berjumlah 15 item mempunyai nilai  $r$  hitung  $\geq$  dari  $r$  tabel (0,196). Sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka seluruh item pernyataan dari variabel bebas dan variabel terikat seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5  
Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach Alpha	N of Items
Kualitas Produk (Kp)	0,878	8
Harga (Hg)	0,913	4
Kualitas Pelayanan (Kl)	0,882	5
Kepuasan Konsumen (Kk)	0,835	5

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil uji tersebut terlihat nilai cronbach's alpha dari masing-masing variable dalam penelitian ini lebih besar 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variable seluruhnya reliable dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan suatu prosedur statistik dalam menganalisis pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan waroeng kauman surabaya. Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 6  
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.406	.550	

Kpr	.113	.036	.201
Hg	.423	.049	.366
Kl	.502	.042	.540

a. Dependent Variable: Kk

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 6, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

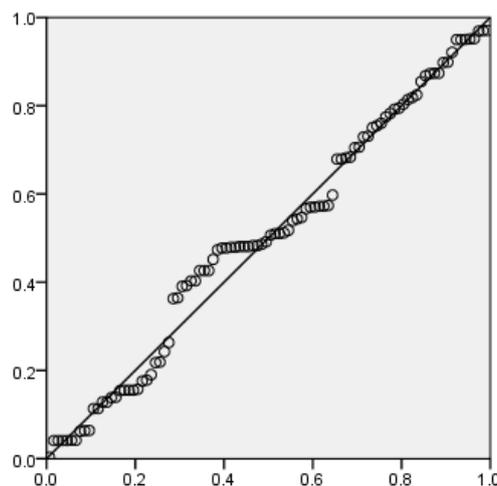
$$Kk = -0.406 + 0.113 Kp + 0.423 Hg + 0.502 Kl$$

Hasil persamaan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki koefisien positif. Hal ini berarti kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Dalam analisis regresi asumsi yang harus dipenuhi adalah residual harus berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan grafik. Model regresi yang baik adalah distribusi data mendekati normal.



Sumber: Data primer diolah, 2017

Pada gambar diatas diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor).

Tabel 7  
Hasil Uji Multikolinieritas

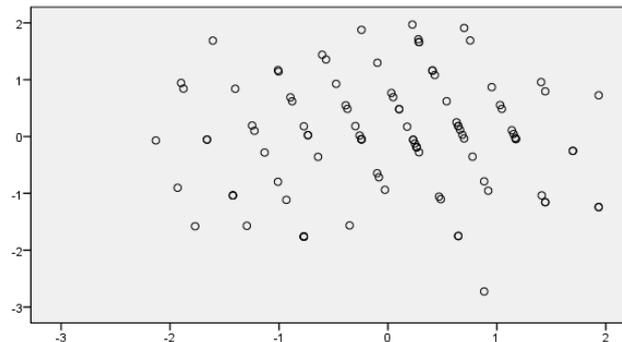
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (Kp)	.143	6.984
Harga (Hg)	.325	3.080
Kualitas Pelayanan (Kl)	.280	3.568

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 7 menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala multikolineartitas, karena untuk masing-masing variabel bebas (harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* >0,10.

### Uji Heterokedasitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain berbeda maka disebut heterosedastisitas.



Sumber: Data primer diolah, 2017

### Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat korelasi atau pengaruh antara variabel bebas yaitu pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Hasil dari pengujian Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) nampak pada Tabel 8.

Tabel 8  
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.972 <sup>a</sup>	.944	.942	.522

Sumber: Data primer diolah, 2017

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 8 menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,944. Hal ini berarti bahwa hubungan atau korelasi yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kuat karena nilai  $R^2$  mendekati angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan adalah sebesar 94,4% sedangkan sisanya 5,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan telah layak atau dinyatakan baik (*good of fit*), sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian adalah jika angka signifikansi (sig) hasil perhitungan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi (0,05), maka model dikatakan layak untuk digunakan. Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9

Hasil Uji F						
Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.675	3	147.558	541.400	.000 <sup>a</sup>
	Residual	26.165	96	.273		
	Total	468.840	99			

a. Predictors: (Constant), Kpr, Kpe, Hrg  
b. Dependent Variable: Kk

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan dari tabel 9 model ANOVA<sup>b</sup> dapat dilihat bahwa nilai F hitung dengan tingkat signifikansi 0,000 (dibawah 0,05). Berdasarkan tingkat signifikansinya, berarti model yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan layak dan dapat dipergunakan pada analisis berikutnya.

### Uji Koefisien Parsial (Uji t)

Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika nilai signifikan variabel bebas pada uji t  $\text{sig} < 0,05$ . Hasil pengujian signifikan hipotesis dari masing-masing variabel bebas sebagai berikut :

Tabel 10 Hasil Uji t				
Model		t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	-.739	.462	Signifikan
	Kualitas Produk	3.161	.002	Signifikan
	Harga	8.8654	.000	Signifikan
	Kualitas Pelayanan	11.867	.000	Signifikan

a. Dependent Variable: Kk

Sumber: Data primer diolah, 2017

- Uji parsial pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dari tabel 10 diperoleh tingkat signifikan variabel kualitas produk sebesar  $0,002 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya adalah signifikan.
- Uji parsial pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Dari tabel 10 diperoleh tingkat signifikan variabel harga sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya adalah signifikan.
- Uji parsial pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari tabel 10 diperoleh tingkat signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen Waroeng adalah signifikan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Waroeng

Kauman Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan pada uji t variabel Kualitas Produk sebesar 0,002 atau lebih kecil dari level of significance ( $\alpha$ ) 0,005. Hal ini berarti bahwa pelanggan memperhatikan betul kualitas produk yang ditawarkan oleh Waroeng Kauman sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan mereka dalam mengkonsumsi produk Waroeng Kauman. Hal ini juga mendukung hipotesis yang diajukan bahwa "Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Waroeng Kauman Surabaya".

Kualitas produk adalah bagian yang sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan, kualitas produk suatu perusahaan harus memenuhi atau melebihi ekspektasi atau harapan konsumen mengenai produk tersebut, karena kualitas produk yang bagus akan menciptakan perasaan senang dan puas. Konsumen yang merasa puas akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, diantaranya adalah pembelian ulang dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

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

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa Harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk Waroeng Kauman Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan pada uji t variabel Harga sebesar 0,00 atau lebih kecil dari level of significance ( $\alpha$ ) 0,05. Hal ini berarti bahwa pelanggan produk Waroeng Kauman memperhatikan betul harga kompetitif yang diterapkan oleh Waroeng Kauman sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan mereka dalam mengkonsumsi produk Waroeng Kauman. Hal ini juga mendukung hipotesis yang diajukan bahwa "Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Waroeng Kauman Surabaya".

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi dengan mempertimbangkan beberapa hal. Murah atau mahal harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan produk serupa yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Sehingga harga yang ditawarkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

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

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk Waroeng Kauman Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan pada uji t variabel Harga sebesar 0,00 atau lebih kecil dari level of significance ( $\alpha$ ) 0,05. Hal ini berarti bahwa pelanggan produk Waroeng Kauman memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Waroeng Kauman sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan mereka dalam mengkonsumsi produk Waroeng Kauman. Hal ini juga mendukung hipotesis yang diajukan bahwa "Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Waroeng Kauman Surabaya".

Menurut Kotler dan Keller (2009: 86), bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan produk yang mereka dapatkan dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas. Hubungan

antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan konsumen artinya perusahaan telah memberikan kualitas layanan yang diharapkan konsumen dengan maksimal. Suatu layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan pengolahan dan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Kauman Surabaya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya, maka hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya. Hal ini mencerminkan semakin tinggi tingkat kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumennya. (2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya, maka hasil penelitian ini adalah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya. Hal ini menunjukkan penetapan harga yang tepat oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumennya. (3) Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya, maka hasil penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Waroeng Kauman Surabaya. Hal ini mencerminkan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumennya.

### **Saran**

Berdasarkan simpulan yang ada maka saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah: (1) Bagi pihak perusahaan mempertahankan kualitas produknya seperti menyajikan produk-produknya dengan bahan yang bermutu dan fresh serta menjaga cita rasa produk-produknya karena sesuai dengan hasil penelitian ini kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. (2) Bagi pihak perusahaan sebaiknya mempunyai strategi promosi untuk dapat menarik minat konsumen seperti memberikan diskon untuk produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk menarik minat konsumen, dengan diiringi kualitas produk yang baik maka penetapan harga yang tepat mampu menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan. (3) Bagi pihak perusahaan sebaiknya dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen serta dapat menerima masukan ataupun kritik dari konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan hal tersebut maka secara tidak langsung perusahaan dapat membangun atau mempertahankan citra positif di mata konsumennya. (4) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menambah variabel bebas selain kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan akan lebih baik lagi apabila menambah

variabel intervening dalam memediasi pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agar mendapatkan pengaruh yang lebih besar sebagai variabel mediasi antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam. Alfabeta. Bandung
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Erlangga. Jakarta.
- Kotler P. dan K. L. Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Sembilan. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong G. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan \_\_\_\_\_. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education.
- Lembang, D. R. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro). *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Lupyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ofela, Hana. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab KINGABI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 01.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. ANDIOFFSET. Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- \_\_\_\_\_. dan G. Chandra . 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Dua. Andi Offset. Yogyakarta.