

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WARUNG GRIYO SEMAR MESEM (Di Wilayah Desa Jepun, Kecamatan Tulungagung, Tulungagung)

Khofifah Fatmatus Aulia<sup>1</sup>, Moh Gufron<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Corresponding Author: [fatmatus45@gmail.com](mailto:fatmatus45@gmail.com)<sup>1</sup>, [gufron.ringinpitu@gmail.com](mailto:gufron.ringinpitu@gmail.com)<sup>2</sup>

## Article History

Received : 15-09-2023

Revised : 30-09-2023

Accepted : 05-10-2023

**Kata Kunci:** Harga; Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan

## ABSTRAK

Tempat makan merupakan salah satu jenis bisnis yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas, sedangkan harga yang terjangkau akan membuat konsumen merasa terjangkau dan memenuhi budget mereka, hal ini tercermin dari warung Griyo Semar Mesem Jepun, Tulungagung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen warung Griyo Semar Mesem. Sampel yang digunakan sebanyak 94 responden dan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Hasil uji data Secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $9,065 > 1,986$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada masyarakat. pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dapat di ketahui dengan variabel harga pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai hitung  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,264 < 1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,209 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada masyarakat Tulungagung. Sedangkan secara simultan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $89,509 > 3,945$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_2$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka seluruh variabel independent atau kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel dependent atau kepuasan konsumen rumah makan griyo semar mesem Tulungagung.

## ABSTRACT

*Places to eat is one type of business that is very important in meeting the needs of people's lives. Good service quality will make consumers feel comfortable and satisfied, while affordable prices will make consumers feel affordable and*

**Keywords: Consumer Satisfaction; Price; Service Quality**

*fulfill their budget, this is reflected in the Griyo Semar Mesem Jepun stall, Tulungagung. This study uses a type of quantitative research. The population in this study were all consumers of the Griyo Semar Mesem shop. The sample used was 94 respondents and the data collection technique used a questionnaire. Data test results Partially the effect of service quality on customer satisfaction can be seen that the service quality variable ( $X_1$ ) has  $t_{count} < t_{table}$ , namely  $9.065 > 1.986$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that there is a significant influence on the service quality variable ( $X_1$ ) on consumer satisfaction ( $Y$ ) in society. The effect of price on consumer satisfaction can be seen by the service price variable ( $X_2$ ) having a calculated value of  $t_{count} < t_{table}$ , which is  $1.264 < 1.986$  and a significance value of  $0.209 > 0.05$ . Then  $H_0$  is accepted and  $H_a$  is rejected, which means that there is no significant effect of the price variable ( $X_2$ ) on consumer satisfaction ( $Y$ ) in the Tulungagung community. While simultaneously there is an effect of service quality and price on consumer satisfaction, it can be seen that the value of  $F_{count} > F_{table}$  is  $89.509 > 3.945$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ , so that  $H_2$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Then all the independent variables or service quality and price together and significantly influence the dependent variable or customer satisfaction at Griyo Semar Mesem Tulungagung restaurant.*

## PENDAHULUAN

Tempat makan merupakan salah satu jenis bisnis yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Kualitas pelayanan dan harga adalah dua faktor yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen dalam industri makanan. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas, sedangkan harga yang terjangkau akan membuat konsumen merasa terjangkau dan memenuhi budget mereka.

Dalam memenuhi kebutuhan manusia, makanan selalu menempati urutan teratas, sehingga masalah gizi ini dikategorikan sebagai kebutuhan dasar, apalagi masyarakat memiliki kebiasaan yang menentukan pilihan makanan, apakah disajikan di rumah atau di luar rumah. Pada umumnya banyak orang yang suka makan di luar untuk memuaskan selera, seperti di kafe, atau warung makan. Sebab, selain keuntungan yang tinggi, pangan merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Hal ini tercermin dari pertumbuhan ekonomi Indonesia, dimana pertumbuhan operasional ritel, hotel dan restoran meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Maka tak heran jika bisnis di bidang kuliner berkembang pesat (Afif, Werdani, Bisnis, & Diponegoro, 2022).

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat antara rumah makan, setiap rumah makan saling berlomba untuk memperluas mangsa pasar. Tujuan dari perluasan pasar adalah untuk

meningkatkan penjualan secara langsung, sehingga rumah makan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Namun, rumah makan sebagai produsen harus menyadari bahwa semakin banyak pelanggan, semakin sulit bagi mereka untuk memahami preferensi pelanggan secara rinci. Terutama dalam hal apakah pelanggan menyukai atau tidak menyukai produk atau layanan yang ditawarkan dan alasannya.

Rumah makan yang mampu bertahan di pasar adalah rumah makan yang mampu menyediakan produk atau layanan yang bermutu. Oleh karena itu, pelaku bisnis dituntut untuk terus melakukan peningkatan, terutama pada kualitas layanan. Tujuannya adalah agar semua produk dan layanan yang ditawarkan mendapat pengakuan yang baik di mata masyarakat sebagai konsumen.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Sedangkan kenyamanan merupakan salah satu aspek penting dalam menilai kualitas pelayanan. Konsumen mengharapkan pelayanan yang nyaman dan memuaskan, sehingga mereka akan merasa puas dan ingin kembali lagi. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa konsumen merasa nyaman selama proses pelayanan.

kenyamanan yang dirasakan berupa bentuk motivasi intrinsik dan menekankan pada kesenangan dan kepuasan yang melekat dari aktivitas tertentu. Studi tentang kenyamanan dan kualitas pelayanan sangat penting untuk dilakukan, karena akan membantu perusahaan untuk memahami bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, dan sekaligus memperbaiki kenyamanan yang dirasakan konsumen. Studi ini juga dapat menjadi bahan masukan bagi rumah makan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan posisi mereka di pasar (Dirwan & Pertiwi, 2018).

Selain untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, faktor gaya hidup juga dapat mempengaruhi kenikmatan bersantap di sebuah restoran. Faktor penentu dalam memilih restoran berdasarkan persepsi anak jaman sekarang meliputi faktor-faktor seperti suasana, kualitas produk dan harga, lokasi dan fasilitas restoran, kualitas layanan, keaslian, branding dan iklan.

Semua pelanggan mengharapkan pelayanan bagus dari produk yang mereka beli, baik dari segi iklan, harga, kualitas layanan, dan layanan pra dan pasca pembelian produk, dan pelanggan diharapkan menerima informasi dan produsen memiliki hak kepatuhan produk. dan pelanggan berhak akan informasi yang benar dan kesesuaian produk dengan iklan, lalu kesesuaian produk dengan harga dan kesesuaian produk dengan pelayanan.

Harga yang ditetapkan pemilik warung juga harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi, terutama ketika persaingan semakin ketat dan perubahan permintaan terbatas. Dalam lingkungan persaingan yang sangat ketat saat ini, besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi pembelian konsumen terhadap suatu produk. Agar lebih kompetitif, perusahaan dapat melihat harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

kualitas pelayanan yang memuaskan dan harga yang kompetitif akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen. Jika penetapan harga terlalu tinggi atau jika layanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan, produk tersebut tidak akan memuaskan konsumen.

Dalam penelitiannya Putri & Trisnowati, (2021) harga menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan dari menjual produknya sebagai barang atau jasa. Upaya produsen untuk menarik, dan mempertahankan konsumen mencakup penawaran harga yang konsisten dengan standar saat ini. Dengan harga yang ditawarkan produsen diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, sehingga kedepannya timbul niat untuk kembali dan membentuk loyalitas konsumen yang kuat untuk terus berlangganan di rumah makan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan seberapa sukses sebuah bisnis dalam memasarkan produknya. Sebuah produk atau jasa akan gagal jika tidak dapat memuaskan konsumen, namun dengan menerapkan bauran pemasaran yang tetap, termasuk produk, harga, layanan dan promosi, akan meningkatkan kepuasan konsumen. Namun, ukuran untuk kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.

Penelitian ini selaras dengan penelitian dari (Putra, Sumowo, & Anwar, 2017) pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas, pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya, lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang lama sebelumnya. Serta pelanggan tersebut tidak akan merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang disekitarnya. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.

Alasan penelitian ini menggunakan Warung Griyo Semar Mesem sebagai lokasi penelitian karena warung ini memiliki Nuansa Tradisional, yaitu mengangkat tema salah satu tokoh punokawan yang bernama Semar. Tempat ini menyajikan spot foto yang menarik, dan

berbagai pemandangan yang indah. Salah satunya adalah seperti kolam ikan koi dan kolam air mancur. Hal ini yang menjadikan keunikan tersendiri bagi warung tersebut.

Griyo Semar Mesem merupakan gerai tempat makan terbaru di Desa Jepun yang mengandalkan menu masakan perumahan atau pedesaan yang lebih menonjolkan bumbu-bumbu rempah yang khas tersendiri. Adapun menu favorit yang paling sering di cari yaitu Lodho Ayam kampung dan aneka menu masakan ikan laut lainnya. Bila malam sering di sajikan menu angkringan seperti sundukan dan aneka kopi/minuman dingin. Tempat ini di buka mulai jam 07:00 WIB- 22:00 WIB. Berdasarkan total transaksi dan kunjungan pada Griyo Semar Mesem, rata-rata kunjungan sekitar kurang lebih 96 transaksi pada setiap harinya.

Berdasarkan data ratings dan reviews pada *Google* Griyo Semar Mesem mendapatkan nilai yang baik dengan bintang 4,6 dengan total *reviews* kurang lebih 100 *Review* dan masih terus bertambah pada website tersebut didominasi dengan banyak komentar positif mengenai kualitas produk dan pelayanan, namun masih ada pula beberapa review negatif mengenai kualitas pelayanan. Kebanyakan review negatif tersebut bertuliskan tentang kualitas pelayanan yang dirasa kurang memuaskan bagi para konsumen yang berkunjung, dimana salah satu pelanggan mengatakan bahwa kualitas pelayanan harus lebih di tingkatkan lagi. Adapun ulasan dari masyarakat sekitar mengenai rasa, yang dirasa enak dan tempat yang nyaman.

Pada garis besarnya, rumah makan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen (pelanggan). Warung Griyo Semar Mesem diharapkan agar bisa menjadi pilihan utama masyarakat pencinta kuliner di Tulungagung. Segmentasi pasar di mulai dari kalangan usia remaja hingga orang tua. Seluruh anggota keluarga dan pebisnis bisa datang untuk menikmati Kulinerinya. Menyadari hal tersebut diatas tampak betapa pentingnya pemahaman akan faktor-faktor pentingnya kualitas pelayanan dan harga untuk mencapai keberhasilan kepuasan konsumen.

Dilihat dari situasi tersebut maka penelitian ini dilakukan pada lokasi tersebut dan diharapkan dapat mengumpulkan data yang diperlukan penelitian dengan lebih banyak dan bervariasi terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka telah dilaksanakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Griyo Semar Mesem (Di Wilayah Desa Jepun, Kecamatan Tulungagung, Tulungagung)"**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan “metode kuantitatif” karena data yang didapat berupa angka dan analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2011:8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berkunjung di Warung Griyo Semar Mesem Tulungagung. Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 94 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dengan jenis *accidental sampling* (Sugiyono, 2015). Untuk metode pengambilan data peneliti menggunakan metode angket/kuesioner tertutup yang memuat alternative jawaban sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban dengan cara mengajukan beberapa daftar pertanyaan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Griyo Semar Mesem (Di Wilayah Desa Jepun, Kecamatan Tulungagung, Tulungagung)

Untuk mengetahui kualitas instrument maka dilakukan pengujian instrument yang digunakan dalam penelitian ini. Sebab instrument akan dikatakan baik apabila valid. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perangkat lunak (Software) SPSS For Windows Version 18. Jenis pengujian instrument dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Selanjutnya jika data sudah lolos uji instrument selanjutnya dilakukan uji analisis data berupa uji asumsi klasik (yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas dan uji heterokedastiditas), uji hipotesis (uji t dan uji f), uji regresi linier berganda dan uji determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Ghozali, 2016), uji coba instrumen dilakukan dengan cara memberikan angket kepada 30 responden. Untuk itu peneliti melakukan uji coba instrument sebanyak 30 responden dengan hasil uji validitas terhadap instrumen Kepuasan Konsumen (Y), Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) yang masing-masing berjumlah 15, 18, dan 9 butir soal dinyatakan lolos uji validitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar  $0,984 > 0,6$ , variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar  $0,934 > 0,6$ , dan Harga (X<sub>2</sub>) sebesar  $0,926 > 0,6$ . Berdasarkan perolehan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa instrument untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen telah lolos uji reliabilitas karena telah memenuhi syarat

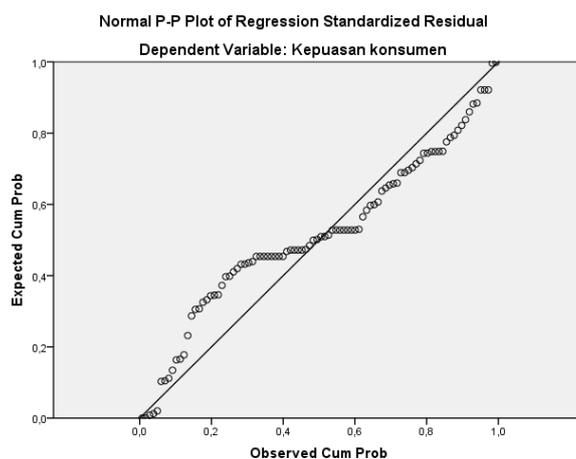
dengan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dibanding nilai koefisien reliabilitas.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Peneliti menggunakan Plot Probabilitas Normal (P-Plot) dan Kolmogrov-Smirnov. Agar dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi pada uji P-Plot maka titik-titik data terkumpul disekitar garis. Berikut hasil uji P-Plot:

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**



Menurut data gambar 1 data dikatakan normal karena titik-titik berada disekitar garis miring. Selanjutnya, untuk memperkuat data pada table 1. melalui uji P-Plot maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogrov-smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	8,0327
	Std. Deviation	,56562
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,134
	Negative	-,125
Kolmogorov-Smirnov Z		1,295
Asymp. Sig. (2-tailed)		,070

a. Test distribution is Normal.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	8,0327
	Std. Deviation	,56562
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,134
	Negative	-,125
Kolmogorov-Smirnov Z		1,295
Asymp. Sig. (2-tailed)		,070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Menurut hasil tabel 1 diperoleh hasil sebesar  $0,070 \geq 0,05$ , Maka data dikatakan normal karena sig lebih besar dari 0,05.

**Uji Linieritas**

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat (Riduwan, 2014 : 184). Jika nilai deviation from linierity lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan berupa garis linier. Hasil uji dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Linieritas****Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)****ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Kualitas Pelayanan	Between (Combined) Groups	5508,444	30	183,615	6,764	,000
	Linearity	4743,103	1	4743,103	174,729	,000
	Deviation from Linearity	765,341	29	26,391	,972	,520
	Within Groups	1710,163	63	27,145		
Total		7218,606	93			

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil uji linieritas variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai *sig. linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *sig. deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,520

**Tabel 3. Hasil Uji Linieritas  
Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Harga	3728,965	18	207,165	4,452	,000
Between Groups					
Linearity	2588,804	1	2588,804	55,639	,000
Deviation from Linearity	1140,161	17	67,068	1,441	,142
Within Groups	3489,641	75	46,529		
Total	7218,606	93			

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linieritas variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai *sig. linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *sig. deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,142. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

### Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent) (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\geq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ .

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,528	4,843		,315	,753		
Kualitas Pelayanan	,730	,080	,742	9,065	,000	,554	1,807
Harga	,182	,144	,103	1,264	,209	,554	1,807

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *tolerance value* kualitas pelayanan  $X_1$  dan harga  $X_2$  lebih besar dari 0,10 yaitu masing-masing sebesar 0,554 dan demikian pula dengan nilai VIF kedua variabel independent kurang dari 10 yaitu masing-masing sebesar 1,807. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis yaitu model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independent.

**Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Ghozali, 2016) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya. Jika varian dari residual dari satu pengamat ke pengamat lain sama, maka disebut sebagai homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk mengetahui suatu instrument terdapat heterokedastisitas yaitu Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedasitas digunakan perbandingan antara nilai alpha yang ditentukan dengan tingkat signifikansi dari hasil olahan data. Disini menggunakan uji glejser dengan cara jika koefisien signifikansi  $< 0.05$  maka terjadi heteroskedasitas dan sebaliknya, jika koefisien signifikansi  $> 0.05$  maka tidak terjadi heteroskedasitas. Dapat dilihat pada kolom tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,756	3,616		2,974	,004
Kualitas Pelayanan	-,011	,060	-,025	-,185	,853
Harga	-,174	,107	-,222	-1,623	,108

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan hasil yang di peroleh ialah dengan nilai sig. kualitas pelayanan sebesar  $0,853 > 0,05$  dan nilai sig. dari harga di peroleh  $0,108 > 0,05$ .

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui kontribusi secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di warung griyo semar mesem, maka digunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah suatu perluasan Teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat (Arikunto, 2010:338).

Selanjutnya garis regresi merupakan bagian dari analisis penelitian yang menyatakan hubungan antara variabel-variabel pada pengamatan dengan bantuan SPSS versi 18 for windows nilai a, b1, b2 secara berturut-turut dari atas, bisa dilihat pada baris Unstandarized Coefisien B pada tabel Coefisien. Analisis data pada permasalahan ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung griyo semar mesem

**Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,528	4,843		,315	,753
1 Harga	,182	,144	,103	1,264	,209

Kualitas Pelayanan	,730	,080	,742	9,065	,000
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 5 coefficientsa dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linear berganda  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  (Riduwan, 2010: 25) yaitu  $Y = 1,528 + 0,730X_1 + 0,182X_2$  yang penjelasannya sebagai berikut:

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 1,528 menyatakan bahwa jika variabel independent (kualitas pelayanan dan harga) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 1,528.
2. (b<sub>1</sub>) merupakan koefisien regresi dari X<sub>1</sub> sebesar 0,730 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>1</sub> dengan asumsi variabel lain (X<sub>2</sub>) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,730.
3. (b<sub>2</sub>) merupakan koefisien regresi dari X<sub>2</sub> sebesar 0,182 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>2</sub> dengan asumsi variabel lain (X<sub>1</sub>) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,182.

### Hasil Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, apakah diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian terdiri dari uji t dan uji f yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) baik secara parsial maupun secara simultan.

#### a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial signifikan atau tidak, dalam penelitian ini digunakan pembandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan N sebesar 94 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Dengan perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,528	4,843		,315	,753
	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	,730	,080	,742	9,065	,000

Harga (X2)	,182	,144	,103	1,264	,209
------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $9,065 > 1,986$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis Nol atau  $H_0$  ditolak dan Hipotesis alternatif atau  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikansi antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Warung Griyo Semar Mesem Tulungagung.

Selanjutnya dapat diketahui bahwa pada variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,264 > 1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,209 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen(Y) di Warung Griyo Semar Mesem Tulungagung.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menghitung pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung griyo semar mesem Tulungagung. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N (jumlah seluruh sampel) sebesar 94 dan m(jumlah variabel bebas) sebanyak 2 diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,945 dengan perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)**

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4785,832	2	2392,916	89,509	,000 <sup>a</sup>
	Residual	2432,774	91	26,734		
	Total	7218,606	93			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  pada kolom F yaitu sebesar 89,509 dan untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,945. Jadi dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $89,509 > 3,945$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_2$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka seluruh variabel independent atau kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama dan signifikan memberikan pengaruh

terhadap variabel dependent atau kepuasan konsumen warung griyo semar mesem Tulungagung.

### c. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 <sup>a</sup>	,663	,656	5,170

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas dapat di ketahui koefisien pada kolom R sebesar 0,814 dan nilai determinan pada kolom adjusted R square sebesar 0,656 atau sebesar 65,6%. Hal ini menunjukkan bahwa 65,6% perubahan data pada variabel Y di pengaruhi oleh perubahan variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$ . Sedangkan sisanya sebesar 34,4% ( $100\% - 65,6\% = 34,4\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel  $X_1$  dan  $X_2$ .

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $9,065 > 1,986$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada masyarakat
2. Secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dapat di ketahui dengan variabel harga pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai hitung  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,264 < 1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,209 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada masyarakat Tulungagung.
3. Secara simultan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $89,509 > 3,945$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_2$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka seluruh variabel independent atau kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel dependent atau kepuasan konsumen warung griyo semar mesem Tulungagung. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) koefisien sebesar 0,814 artinya presentase kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung griyo semar mesem Tulungagung sebesar 65,6% Hal

ini menunjukkan bahwa 65,6% perubahan data pada variabel Y di pengaruhi oleh perubahan variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$ . Sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Warung

Hendaknya pihak warung meningkatkan kepuasan konsumen lebih menitikberatkan pada factor kualitas pelayanan, dilihat dari hasil pengolahan data yang didapat melalui kuesioner yang telah diisi oleh konsumen warung griyo semar mesem tersebut diperoleh data bahwa peranan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kurang signifikan pada kepuasan konsumen, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanan diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

### 2. Bagi peneliti lain

Diharapkan peneliti yang akan datang dapat menjadikan ini referensi untuk pengembangan penelitian yang lebih lanjut khususnya dengan memperluas penelitian yang sudah ada dan juga dapat melakukan penelitian dengan variabel selain variabel penelitian ini, karena masih banyak variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing saya bapak Moh Gufron, M.Pd atas bimbingannya selama ini serta masyarakat Tulungagung yang telah membantu saya dalam pengumpulan data. Terimakasih untuk kedua orang tua saya, diri sendiri, adik dan saudara, saya lainnya serta sahabat saya yang senantiasa memberikan doa dan semangatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Afif, M. F., Werdani, R. E., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Pendahuluan Dewasa ini Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, Ada*

- beberapa pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya. 11(2), 370–380.*
- Agung, A., & Arindra, N. (2022). *PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NAUGHTY NURI ' S WARUNG SEMINYAK THE EFFECT OF SERVICE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT NAUGHTY. 01(08), 2103–2118.*
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling, 6(5), 17.*
- Dirwan, & Pertiwi, A. (2018). Pengaruh Kenyamanan Dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas ATM BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar. *Akmen Jurnal Ilmia, 15(2), 10.* Retrieved from <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/297>
- Hanggara, R. B. (2017). Pengaruh Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *STIE Ekuitas, (1993), 23.* Retrieved from <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/244>
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 4(3), 319–329.* <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19–28.* <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14.*
- Nur, I., Hastuti, D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. 5(1), 124–133.*
- Pelayanan, P. K., Cahyono, D., Qomariah, N., & Perusahaan, C. (2020). *5. Penelitian dilakukan oleh Mexano Hans Gery. Dengan judul. XX(Xx), 1–5.*
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 5(1), 463–472.* <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.614>
- Prihatma, G. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan Layanan

- Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan Di PT Trisakti Lautan Mas Cabang Bakauheni, Lampung. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 15–36. <https://doi.org/10.30656/jm.v10i1.1511>
- Putra, S. D., Sumowo, S., & Anwar. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 99–117.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.52429/smj.v3i1.630>
- Qurnia Sari, A., Sukestiyarno, Y., & Agoestanto, A. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas dan Uji Homogenitas pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Slamet Widodo, S.E., M.M., M. B. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOLIVIA CAFE (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(1), 2013–2015.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.
- Trisnadewi, P., & Ekawati, N. (2017). The Effect of Consumer Satisfaction Mediating Price on Consumer Loyalty in Shopping at Online Florists in Denpasar. *Udayana University Management E-Journal*, 6(4), 255298.