SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT AR-SINTA DI KABUPATEN ROKAN HULU RIAU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen
Falkutas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Riau Pekanbaru

OLEH :

ANDRI ALI SYAPUTRA

175210815

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT AR-SINTA DI KABUPATEN ROKAN HULU

Oleh

ANDRI ALI SYAPUTRA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Holat Ar-sinta di Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini dilakukan di rumah makan Holat Ar-sinta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang secara kebetulan dengan mempertimbangkan kesiapan responden untuk diwawancarai atau bahkan dengan cara kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner dengan model skala ordinal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction At The Holat Ar-Sinta Restaurant In Rokan Hulu Regency

By

ANDRI ALI SYAPUTRA

This study was conducted to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at the Holat Ar-sinta restaurant in Rokan Hulu regency. This research was conducted at the Holat Ar-sinta restaurant. The sampel in this study was 50 respondents using accidental sampling technique, namely sampling by chance taking into account the readiness of respondents to be interviewed or even bt means of a questionnaire. Data collection technique using a questionnaire method with an ordinal scale model. The results of this study indicate that there is a significant effect between price and service quality on customer satisfaction.

Keywords: price, Service Quality, and customer.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, atas karunia dan limpahan rahmad-Nya dan Nabi Muhammad SAW sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis dengan judul **"Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Holat Ar-sinta di kabupaten Rokan Hulu"** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau.

Peneliti menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyaj terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldy, S.H, M.C.L. selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Riau.
2. Ibuk Dr. Eva Sundari, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abd. Razak jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Riau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Bapak Drs. Asril, MM selaku Dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan memotivasi peneliti selama penelitian ini dilaksanakan.
5. Segenap Dosen Universitas Islam Riau atas tambahan ilmu dan pengetahuan dan pembelajaran hidup peneliti dapatkan dalam perkuliahan, serta karyawan/i Tata Usaha Fakultas ekonomi Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar dikampus.
6. Rumah Makan Ar-sinta Holat yang telah bersedia memberikan izin dan kemudahan dalam pengambilan data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.
7. Kepada orang tuaku Ali Hukmin dan ibunda Ummu Suhaila yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku Nursamsiah Nasution, Erina Tri Anggia Widayanti, Sahrul Gunawan, Andika Saputra, Sevi Antoni, dan teman kost ku Ari Mahendra yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
9. Pihak-pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, dengan kerendahan hati peneliti penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

skripsi ini, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan almamater Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, September 2021

Penulis

ANDRI ALI SYAPUTRA

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau peserta ujian usulan penelitian yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANDRI ALI SYAPUTRA

NPM : 175210815

Program Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Holat Ar-sinta di Kbaupaten Rokan Hulu.

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa, naskah Skripsi penulis telah sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan ada terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebahagian atau keseluruhan atas pernyataan buti 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian Skripsi yang telah saya ikuti serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 09 November 2021
Pelaku Pernyataan

ANDRI ALI SYAPUTRA

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 3
4.4 Sistematika Penulisan 4

BAB II TELAAH PUSTAKA **6**
2.1 Kepuasan Pelanggan 6
2.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan 6
2.1.2 Apek – Aspek Kepuasan Pelanggan 7
2.1.3.Faktor-Faktor yang Mempengarugi Kepuasan Pelanggan 9
2.2. Kualitas Pelayanan 12
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan 12
2.2.2. Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan 14
2.3. Harga 17
2.3.1. Definisi Harga 17
2.3.2 Peranan Harga 18
2.3.3. Strategi Penetapan Harga 19
2.3.4. Tujuan Penetapan Harga 20
2.4 Penelitian Terdahulu 21

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.5 Kerangka Pemikiran 23
2.6 Hipotesis Penelitian 24

BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1. Lokasi Penelitian 25
3.2. Operasional Variabel Penelitian 25
3.3. Populasi 32
3.4. Sampel 32
3.5. Jenis dan Sumber Data 33
3.5.1. Data primer 33
3.5.2. Data Sekunder 34
3.6. Teknik Pengumpulan Data 34
3.6.1 Kuisioner (angket) 34
3.6.2 Wawancara 35
3.6.3 Observasi 35
3.7. Teknikn Analisis Data 36
3.7.1. Analisis Uji Validitas dan Relibitas 37
3..3. Analisis Regresi Linier Sederhana 38
3.6.4. Pengujian Hipotesis 38
3.6..5 Koefesien determinasi (R2) 39

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 41
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan 41
4.1.2 Struktur Perusahaan 41
4.1.3 Aktivitas Perusahaan 42

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASHAAN 44
5.1 Identitas Responden 44
5.1.1. Berdasarkan Umur 44

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.2. Jenis Kelamin 45
5.1.3. Pendidikan 46
5.2 Analisis Keterjangkauan Harga 47
5.2.1 Harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan 47
5.2.2Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk 49
5.2.3 Harga yang ditawarkan sama dari pesaing 50
5.2.4 harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang dikonsumsi 51
5.2.5 Rekapitulasi tanggapan responden variabel harga 53
5.3Kualitas pelayanan 54
5.3.1 karyawan berpenampilan rapi dan profesional 55
5.3.2 fasilitas berdaya tarik visual 56
5.3.3 sungguh-sungguh mengutamakan pelanggan 57
5.3.4 Memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian 59
5.3.5 Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang Dijanjikan 60
5.3.6 Cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen 61
5.3.7Kesiapan karyawan untuk merespon setiap permintaan Pelanggan 62
5.3.8 Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat 63
5.3.9 Secara konsiten bersikap sopan 64
5.3.10 Selalu menjaga mutu produknya 65
5.3.11. Rekapitulasi tanggapan responden variabel Kualitas Pelayanan 67
5.4. Kepuasan Pelanggan 69
5.4.1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dari apa yang diharapkan 70

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.4.2. pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan 71
5.4.3. Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan 72
5.4.4. Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk 73
5.4.5.Menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan..... 75
5.4.6.Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi sebuah jasa..... 76
5.4.7. Rekapitulasi tanggapan responden variabel kepuasan Pelanggan 78
5.5 Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Holat Ar-sinta..... 80
5.5.1.Uji Validitas 80
5.5.2 Uji Reabilitas..... 83
5.5.3 Uji Regresi Linier Berganda 83
5.5.4. Uji Signifikan Variabel Secara Simultan (Uji F) 85
5.5.5. Uji Parsial (Uji t)..... 86
5.5.6.Uji Determinasi (R2)..... 87

BAB VI: KESIMPULAN..... 90
6.1 Kesimpulan 90
6.2 Saran..... 91
DAFTAR PUSTAKA..... 93

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

TABEL1. 1 PENELITIAN TERDAHULU 40
TABEL1.2 KERANGKA PEMIKIRAN 42
TABEL2.1 OPERASIONAL VARIABEL 43
TABEL2.2 ALTERNATIF JAWABAN 43
TABEL5.1 IDENTITAS RESPONDEN MENGENAI UMUR 61
TABEL5.2 IDENTITAS RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN 62
TABEL5.3 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENDIDIKAN 62
TABEL5.4 HARGA YANG DITAWARKAN DAPAT DIJANGKAU OLEH SEMUA KALANGAN 64
TABEL5.5 HARGA YANG DITAWARKAN PADA KONSUMEN SESUAI DENGAN KUALITAS PRODUK 65
TABEL5.6 HARGA YANG DITAWARKAN SAMA DARI PESAING 66
TABEL5.7 HARGA YANG DITAWARKAN SESUAI DENGAN MANFAAT PRODUK YANG DIKONSUMSI 67
TABEL5.8 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL HARGA 69
TABEL5.9 KARYAWAN BERPENAMPILAN RAPI DAN PROFESIONAL 71
TABEL5.10 FASILITAS BERDAYA TARIK VISUAL 71
TABEL5.11 SUNGGUH-SUNGGUH MENGUTAMAKAN PELANGGAN 73
TABEL5.12 MEMPERLAKUKAN PELANGGAN SECARA PENUH PERHATIAN 73
TABEL5.13 MEMBERIKAN PELAYANAN SESUAI DENGAN WAKTU YANG DIJANJIKAN 75
TABEL5.14 CEKATAN DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN KONSUMEN 77

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

TABEL5.15 KESIAPAN KARYAWAN UNTUK MERESPON SETIAP PERMINTAAN PELANGGAN..... 78
TABEL5.16 KARYAWAN MELAKUKAN PELAYANAN DENGAN CEPAT 79
TABEL5.17 SECARA KONSITEN BERSIKAP SOPANTABEL5.18 SELALU MENJAGA MUTU PRODUKNYA 80
TABEL5.19 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN 81
TABEL5.20 PRODUK YANG DIPEROLEH SESUAI ATAU MELEBIHI DARI APA YANG DIHARAPKAN 83
TABEL5.21 PELAYANAN OLEH KARYAWAN YANG DIPEROLEH SESUAI ATAU MELEBIHI DENGAN YANG DIHARAPKAN..... 86
TABEL5. 22 MINAT UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KARENA PELAYANAN YANG DIBERIKAN OLEH KARYAWAN MEMUASKAN 86
TABEL5.23 MINAT UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KARENA NILAI DAN MANFAAT YANG DIPEROLEH SETELAH MENGONSUMSI PRODUK..... 87
TABEL5.24 MENYARANKAN KEPADA TEMAN ATAU KERABAT UNTUK MEMBELI PRODUK YANG DITAWARKAN KARENA PELAYANAN YANG DIBERIKAN MEMUASKAN 88
TABEL5.25MENYARANKAN TEMAN ATAU KERABAT UNTUK MEMBELI PRODUK YANG DITAWARKAN KARENA NILAI ATAU MANFAAT SETELAH MENGONSUMSI SEBUAH JASA . 90
TABEL5.26 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN..... 91

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

TABEL5.27 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS 94
TABEL5.28 HASIL OUTPUT UJI REABILITAS 97
TABEL 5.29HASIL OUTPUT UJI REGRESI LINIER BERGANDA..... 97
TABEL 5.30 HASILOUTPUT UJI SIGNIFIKAN SECARA SIMULTAN (Uji F)..... 99
TABEL 5.32 HASIL OUTPUT UJI PARSIAL (Uji t) 103
TABEL 5.33 HASIL OUTPUT UJI DETERMINASI (R2) 105

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 KERANGAKA PEMIKIRAN..... 42
GAMBAR 4. STRUKTUR PERUSAHAAN 58

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISONER 110
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA 119
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS 121
LAMPIRAN 4 UJI REALIBITAS 122
LAMPIRAN 6 UJI REGRESI LINIER BERGANDA 122
LAMPIRAN 7 UJI SIGNIFIKAN VARIABEL SECARA SIMULTAN (UJI F) 122
LAMPIRAN 8UJI PARSIAL (UJI T) 123
LAMPIRAN 9 UJI DETERMINASI 123
LAMPIRAN 7 DOKUMENTASI 124

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner, banyaknya usaha yang bermunculanmengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersipat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi yang demikian, pengusaha harus mampu mengembangkan bisnisnya dengan pengambilan keputusan secara tepat. memenangkan persaingan dan dan mempertahankan pasar menuntut pelaku usaha. perusahaan patut ahli menguasai dan mempertahankan kebutuhan dan keinginan pelanggannya, supaya dimenangkan dalam persaingan. Untuk merancang siasat pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya, maka harus dipahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan memberikan masukan penting bagi perusahaan.

Faktor keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang begitu ketat adalah dengan perhatian terhadap konsumen degan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan,itu sebabnya, memberikan sesuatu yang berharga dan memberikan kepuasan dengan kemampuannya yang sesuai dengan produk yang ditawarkan dan kualitas produk merupakan tuntutan sebuah perusahaan.

Untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen, dan menciptakan keunggulan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

maka profit strateginya adalah menciptakan kualitas pelayanan yang baik. karena kepuasan pelanggan ada pada perusahaan yang menguatamakan kualitas pelayanan yang baik. karena mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan merupakan salah satu bentuk usaha dari kualitas pelayanan. terwujudnya kepuasan konsumen yaitu dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan.

Melainkan kualitas pelayanan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. karena harga yang tidak cocok akan mengakibatkan perusahaan menjadi bangkrut dan harus sesuai dengan perekonomian konsumen supaya konsumen dapat membeli barang, karena bagi pembeli, bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian adalah harga . karena persepsi konsumen mengenai produk dipengaruhi oleh harga suatu produk. Untuk membangun nilai-nilai tertentu pelanggan harus memiliki pengalaman terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan karena merupakan bagian dari faktor penentu kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik dapat memenuhi harapan pelanggan serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaing yang ada.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny, 2001).

Salah satu rumah makan yang terletak di Jl. Lintas Sumatera Desa Tambusai Barat, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu yang berdiri pada tanggal 13

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mei 2017, Adalah rumah makan Holat Ar-sinta. Rumah makan ini menyediakan beraneka ragam makanan, namun yang menjadi menu andalannya ada Holat. Harga yang ditawarkan oleh rumah makan juga terjangkau oleh konsumen. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan Holat yang menjadi andalan mereka, selain menu yang beragam, fasilitasjuga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar rumah makan Ar-sinta Holat.

Berdasarkan uraian diatas, makapenulis tertarik untuk melakukan penelitian dibidang pemasaran dengan mengangkat judul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT AR-SINTA".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalampenelitian ini:

- Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan Ar-sinta Holat?
- Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan Ar-sinta Holat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Holat Ar-sinta di Desa Tambusai Barat, Kec. Tambusai,Kab. Rokan Hulu.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk mengetahui sejauh mana harga dan kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan konsumen.
b. Bagi Penulis Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkenaan dengan masalah yang diteliti.
c. Bagi Pihak lain, diharapkan dapat dijadikan sumber imformasi yang bermanfaat sebagai sumbangan pikiran dan referensi untuk membuat penelitian yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Menjelaskan teori-teori yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III: METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang lokasi penelitian, operasional variabel, opulasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data penelitian.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta di Kabupaten Rokan Hulu

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dari hasil penelitian ini yang berisi kesimpulan dan saran penulis. Saran yang diberikan oleh penulis sebagai bahan masukan pertimbangan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta di Kabupaten Rokan Hulu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen ini suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi (Nasution,2005)

Menurut Brown (dalam Dwiastuti, dkk 2012) kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan,keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari roduk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus – menerus, mendorong konsumen akal loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut kemulut.

Kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan sutuasi yang diberikan perusahaan didalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen(Mowen, 2001). Engel, Blackwell dan Miniard (1995) juga mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu evaluasi konsumsi yang dipilih sebagai alternatif ketika produk atau jasa setidaknyamemenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas. Artinya, konsumen akan membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa yang sudah dinilai positif oleh konsumen, kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Tjiptono, 2003)

Menurut Mowen dan Minor (2002) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memproleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluative pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan konsumen yanf sesuai setelah membandingkan kinerja dengan harapannya.

2.1.2 Aspek – Aspek Kepuasan Konsumen

Kotler (2000) menyatakan bahwa terdapat 3 aspek kepuasan konsumen yaitu:

1. Loyal terhadap produk

   Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

2. Adanya Komunikasi dari Mulut Kemulut yang Bersifat Positif.

   Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif. Halini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal- hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

3. Perusahaan Menjadi Pertimbangan Utama Ketika Membeli Produk Lain.

   Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan erusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

   Menurut Supranto (1997) ada 5 aspek kepuasan konsumen yaitu:

   a. Ketanggapan Pelayanan (responsiveness of service)
   b. Kecepatan Transaksi (speed of transaction)
   c. Keberadaan Pelayanan (availability of service)
   d. Profesionalisme
   e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (over all statisfaction with service)

      Sabarguna (2004) menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Aspek kenyamanan yaitu meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamaman.
b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan yaitu meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan atas karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
c. Aspek kompetensi teknis petugas yaitu meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
d. Aspek biaya meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

2.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Zeithaml dan Bitner (1996) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

a. Kualitas Pelayanan

   Kualitaas Pelayanan sangat bergantung pada 3 al, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa dangat bergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yaitu: Keandalan (reliability), Responsif

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

(responsiveness), Keyakinan (assurance), Berwujud (tangibles), dan Empati (empathy)

b. Kualitas Produk

Konsumen puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas barang yang diberikan bersama- sama dengan pelayanan akanmempengaruhi persepsi konsumen. Ada 8 elemen dari kualitas produk yaitu: kinerja, fitur, reliabilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, sesuai dengan spesifikasi, dan kualitas penerimaan.

c. Harga

Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu produk. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas produk. Maka konsumen cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

d. Faktor situasi dan personal

Faktor situasi dan pribadi, dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dikonsimsinya. Faktor sutiasi seperti kondisi dan pengalaman akan menuntut konsumen untuk datang kepada suatu penyedia barang atau jasa, hal ini akan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mempengaruhi harapan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Bnyak hal yang dapat dilakukan untuk kepentingan konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dapat meminimalkan ketidakpuasan bagi konsumen. Dari beberapa faktor diatas yang telah dipaparkan merupakan faktor - faktor yang dapat memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2001) ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

1. Kualitas Produk yaitu konsumen merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan mrek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga yaitu produk mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. Biaya yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Gevan (dalam Sunarto,2004) merupakan perbandingan subyektif yang dibuat oleh konsumen antara kualitas pelayanan yang ingin diterima dengan apa yang didapatkan oleh konsumen secara nyata,

Menurut Tjiptono (1997) kualitas pelayanan merupakan perilaku yang nyata diberikan oleh perusahaan yang memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen, serta dapat mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat denga perusahaan dan dengan adanya ikatandalam waktu panjang perusahaan akan memahami terus kebutuhan konsumen dan harapan pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kualitas pelayanan juga merupakan gambaran perbedaan antara harapan – harapan dari pelayanan oleh pelanggan dan pelayanan yang dirasakan. Jika harapan yang dirasakan oleh konsumen lebih besar dari kinerja dan mutu yang dirasakan juga kurang memuaskan sehingga dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dapat terjadi (Parasuraman dalam Sunarto,2006)

Kualitas pelayanan menurut Roesanto (dalam Iswayanti,2010) merupakan penilaian – penilaian yang mengacu pada inti pelayanan yaitu sipemberi layanan itu sendiri atau seluruh organisasi pelayanan yang mampu memenuhi tuntutan konsumen yang bukan hanya mementingkan produk yangbermutu tetapi konsumen yang lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan yang dinerikan. Menurut Tjiptono (2002) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk , jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas sangat banyak mengandung pengertian, antara lain bahwa kualitas banyak mengandung kesesuaian, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan kebutuhan konsumen sejak awal dan setiap saat, melakukan sesuatu secara benar atau sesuatu yang bisa membahagiakan konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler,2008). Menurut Zethaml dan Bitner (1996) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelayanan yaitu bagaimana kualitas yang diharapkan oleh konsumen dan bagaimana nantinya kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian – penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasipelayanan, sebagian besar masyarakat mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkanprodukyang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto dalam Nanan Tasunar,2005)

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan kemudian keunggulan tersebut dapat dikendalikan untuk terus dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.2 Aspek – Aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithml dan Bitner (1996) terdapat 5 dimensi aspek kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliability (keandalan) adalah dalam memberikan pelayanan perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melaksanakan pelayanan secara tepat terhadap keinginan konsumen.
2. Responsiveness (ketanggapan) adalah dalam memberikan pelayanan, perusahaan berkeinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan segera.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Empathy (empati) adalah rasa memperhatikan dan memelihara hubungan baik pada masing – masing pelanggan.
4. Assurance (keinginan) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan kesan yang dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
5. Tangible (keberwujudan) adalah perusahan juga memberikan fasilitas – fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan – perlengkapan guna memenuhi kebutuhan konsumen.

   Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi,2001) terdapat 5 dimensi aspek kualitas pelayanan:

   1. Tangible (keberwujudan) adalah perusahaan juga memberikan fasilitas – fasilitas fisik, peralatan, dan perlengkapan – perlengkapan guna memenuhi kebutuhan konsumen.
   2. Reliability (keandalan) adalah dalam memberikan pelayanan perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melaksanakan pelayanan secara tepat terhadap keinginan konsumen.
   3. Responsiveness (ketanggapan) adalah dalam memberikan pelayanan, perusahaan berkeinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan segera.
   4. Assurance (kepastian) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan kesan yang dapat dipercaya dan penuh keyakinan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5. Empathy (empati) adalah rasa memperhatikan dan memelihara hubungan baik pada masing – masing pelanggan.

   Garvin (dalam Tjiptono,2005) mengembangkan 8 aspek kualitas pelayanan yaitu:

   1. Kinerja (performance) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik konsumen.
   2. Ciri – ciri atau keistimewaan tambaan (features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dari suatu produk seperti gambar atau logo yang menjadi ciri produk tersebut.
   3. Kehandalan (reability) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
   4. Kesesuaian dengan spesifikasi (corformance to specifications) adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima konsumen harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
   5. Daya tahan (durability) adalah berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan, niasanya konsumen akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
   6. Serviceability meliputi kecepatan, kompensasi, kenyamanan, mudah diapresiasi, penanganan keluhan yang memuaskan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya kemasan berwarna – warni cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya, sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (brand image) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

2.3 Harga

2.3.1 Definisi Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Lumarto,2000:308). Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2001:439) harga merupakan sejumlah uang yag dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Swasta (1998:241) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditutarkan untuk memperoleh hak kepemilikikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2001:151). Menurut Nitisemito (1991:155) harga diartikan sebagai nilai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

suatu baranag atau jasa yang ditukar dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebutseseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai tukar untukmanfaat tertentu bagi konsumen, baik barang ataupun jasa. Biasanya seorang penjual menetapkan harga berdasarkan suatu kombinasi barang secara fisik ditambah beberapa jasa lain serta keuntungan yang diperoleh.

2.3.2 Peranan Harga

Menurut Tjiptono (1997:152) harga memiliki 2 perananutama dalampengambilan keputusan pembelian, yaitu peranan alokasi dari harga dan peranan imformasi dariharga.

1. Peranan alokasi dari harga yaitu : fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa.pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yanf tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan imformasi dari harga yaitu: fungsi harga dalam *mendidik* konsumen mengenai faktor - faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaatdalamsutiasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yg

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sering berlaku adalah bahwa yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Dalam menentukan keputusan pembelian, imformasi tentang harga sangatdibutuhkan dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini sangat mempengaruhi prilaku konsumen.

2.3.3 Startegi Penetapan Harga

Dalam menentukan harga, setiap usaha mungkin memiliki strategi yang berbeda – beda, namun setiap strategi yang mereka jalankan masih memiliki tujuan yang sama. Menurut (Tjiptono,2001:152) strategi penetapan harga memiliki 5 orientasi, yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba

   Penetapan harga bertujuan untuk menghasilkan laba paling tinggi (untuk memaksimalkan laba)
2. Tujuan berorientasi pada volume

   Penetapan harga untuk mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.
3. Tujuan berorientasi pada citra/image

   Penetapan harga bertujuan untuk membentuk citra/image produk suatu jasa.
4. Tujuan berorientasi pada harga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penetapan harga untuk menjaga kestabilan antara harga produk suatu usaha dengan yang dimilki pesaingnya.

5. Tujuan – tujuan lainnya
6. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan lain, yaitu mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindaricampur tangan pemerintah.

Menurut Alma (2002:45) dalammenentukan kebijaksanaan harga ada 3 kemungkinan:

1. Penetapan harga diatas harga pesaing

   Cara ini dapat dilakukan kalau perusahaan dapat meyakinkan konsumen bahwa barang yang dijual mempunyai kualitas yang lebih baik, bentuk yang lebih menarik danmempunyai kelebihan lain dari barang yang sejenis yang telah ada dipasaran.

2. Penetapan harga dibawah harga saingan

   Kebijakan ini dipilih untuk menarik lebih banyak langganan untuk barang baru diperkenalkan dan belum stabil kedudukannya dipasar.

3. Mengikuti harga saingan

   Cara ini dipilih untuk untuk mempertahankan agar langganan tidak beralih ketempat lain.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1 .	Ari Prasetio (2012)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Metode deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS relase17.	Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2 .	Safrijal (2015)	Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ayam penyet pak ulis di kota langsa.	Analisis regresi linier berganda, uji t, uji f serta determinasi.	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ayam penyet pakulis, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ayam penyet pak ulis, harga dan kualitas perlayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ayam penyet pak ulis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3 .	Dewi Nurmasari Pane, Miftah El Fikri,Husni Muharram Ritonga(2018)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan sidempuan medan.	Analisis regresi linier berganda.	Adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan baik secara simultan maupun parsial.

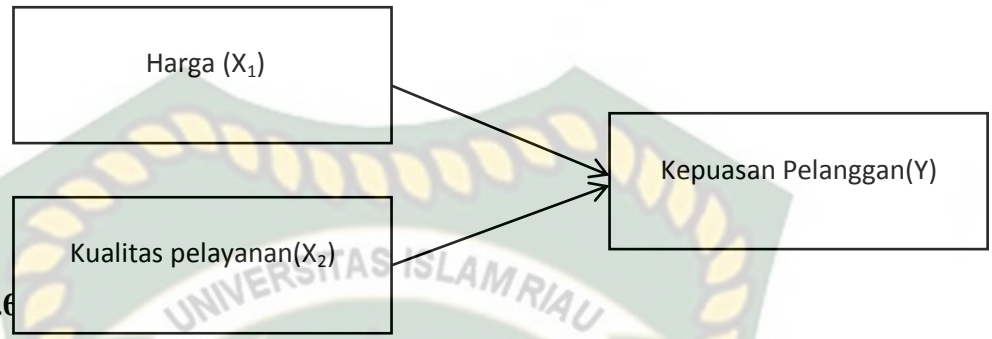
Sumber :Penelitian terdahulu hasil kajiana penulis (2012,2015,2018)

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori –teori hubungan dengan beberapa faktor yang akan di definisikan sebagai suatu permasalahan (Sekaran, 2006:19). Berdasarkan perumusan masalah , maka hubungan antara pengaruh harga dan kepuasan pelanggan dirumah makan Ar-sinta Holat digambarkan sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 1.2. Kerangka Pemikiran



2.6

Dari latar belakang yang diuraikan dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas dapat dibuat hipotesisnya, yakni:

Hipotesis : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian

lokasi penelitian ini dilakukan dirumah makan Ar-sinta Holat yang beralamat di Desa Tambusai Barat, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau.

3.2 Operasional Variabel.

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan 2 variabel yang akan diteliti, yaitu:

a. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

   Menurut Sugiyono (2013:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

b. Variabel Bebas (variabel independent)

   Menurut Sugiyono (2013:39) variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Adapun yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini adalah Harga dan kualitas pelayanan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga ($X_{1)}$	Sejumlah uang yang diminta untuk produk atau jasa. (Kotler dan Amstrom dalam buku setia ningrum, dkk 2015:128)	1.Keterjangkauan Harga	1.harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.	Ordinal
		2.Kesesuain Harga.	2.harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk.	Ordinal
		3.Daya Saing Harga	3.harga yang ditawarkan sama dari pesaing.	Ordinal
		4.Kesesuaian Harga dengan Manfaat.	4.harga sesuai	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			dengan manfaat produk yang dikonsumsi	Ordinal
Kualitas Pelayanan ($X_{2)}$	Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. (Lewis dan Booms (1983) dikutip oleh Tjiptono 2011:180)	1.Bukti Fisik 2. Empati	1. karyawan berpenampilan rapi dan profesional. 2.fasilitas berdaya tarik visual. 1.sungguh – sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan. 2. karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh	Ordinal Ordinal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			perhatian.	
		3. Reabilitas	1.Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. 2.Cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.	Ordinal
		4. Daya Tanggap	1.kesiapan untuk merespon setiappermintaan pelanggan. 2.karyawan melakukan pelayanan	Ordinal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

		5. Jaminan	dengan cepat. 1.karyawan yang secara konsisten bersikap sopan. 2.selalu menjaga mutu produknya	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskomfirmasi yang dirasakan antara harapan	1.Kesesuaian Harapan.	1.produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dari apa yang diharapkan. 2.pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau	Ordinal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	sebelumya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakainnya. (Tjiptono 2002:146)	2.Minat berkunjung Kembali.	melebihi dengan yang diharapkan. 1.minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. 2.minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yangdiperoleh setelah mengonsumsi produk	Ordinal Ordina

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

		3.Kesediaan Merekomendasikan	1.menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan. 2.menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang dapat setelah mengonsumsi sebuah produk jasa.	l

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.3 Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel serta teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

3.3.1 Populasi.

Menurut Sugiyono (2004) menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas da karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja dirumah makah Holat Ar – sinta .

3.3.2 Sampel

"Sampel adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinan, 2006). teknik *accidental sampling* merupakan teknik yang digunakan dalam riset ini, yaitu pengambilan sampel yang secara kebetulan dengan mempertimbangkan kesiapan responden untuk diwawancarai atau bahkan dengan cara kuesioner. Adapun penelitian ini mengambil sampel sejumlah 50 responden".

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.4.Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (explanatory research) data kualitatif. Penelitian dilakukan pada masyarakat desa tambusai barat khususnya pelanggan rumah makan. Metode penelitian penjelasan dengan pengumpulan data yaitu dengan menggunakan metode kuesioner. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah Probability Sampling, yaitu teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan Accidental Simple Random Sampling, metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau dijumpai. Penelitian ini memilih responden secara acak karena responden yang dipilih tidak direncanakan sebelumnya. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jarak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.4.2 Data sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada masyarakat desa tambusai barat yang berbelanja di rumah makan holat. Lokasi penelitian yang dipilih untuk memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan yaitu di Desa Tambusai Barat.

3.5.1 Kuesioner/Angket

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengetahui apakah variabel harga (X_1), Kualitas Pelayanan ($X_{2)}$ berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y) yang ditujukan pada masyarakat Desa Tambusai Barat khususnya pelanggan rumah makan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

"Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial." Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai susunan dari sangat positif sampai sangat negative yang dapat berupa kata-kata seperti pada tabel berikut :

Tabel 3.2. Skala Likert

No	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Puas (SP)	5
2.	Puas (P)	4
3.	Kurang Puas (KP)	3
4.	Tidak Puas (TP)	2
5.	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber: Sugiyono (2010:108).

3.5.2 Observasi (Pengamatan)

Penulis langsung ke lapangan dan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara langsung masyarakat yang berbelanja di rumah makan holat tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.5.3 Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak – pihak yang terkait dalam penelitian untuk memperjelas hasil yang telah didapatkan dari kuisioner.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisa merupakan kegitana setelah data dari seluruh responden terkumpul, pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Penulisan dalam penelitian ini menggunakan 2 macam metode analisi yaitu:

1. Analisis Deskriptif

   Metode ini bertujuan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul kemudian di klasifikasikan, selanjutnya dirumuskan sehingga dapat gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

2. Analisis Kuantitatif

   Metode ini merupakan metode analisis pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data dan variabel-variabel yang akan menggambarkan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tersebut,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

lalu akan menjadi total skor dari hasil pengisian kuesioner oleh responden.

3.6.1Uji Validitas

Nilai dari r hitung masing-masing butir dari pertanyaan yang diuji dapat dilihat menggunakan *spss* (*kolom Corrected Item-Total Corelation*) pada pengujian variabel penelitian. Lalu diadakan perhitungan koofesien korelasi pada setiap itemvariabel,langkah berikutnya dilakukan perbandingan antara r hitung (*kolom Corrected Item-Total Corelation*) dan r tabel yaitu r hitung lebih besar dari r tabel berarti data yang diuji tersebut sudah valid. Tetapi jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data yang diuji tidak akan valid.

3.6.2Uji Reabilitas

“ Nilai reabilitas atau r hitung dari setiap variabel yang diuji akan dapat dilihat melalui SPSS dalam setiap pengujian variabel penelitian. Untuk mengetahui apakah data yang diuji reliabel atau tidak maka dilakukan dengan membandingkan nilai realibilitas yang di tunjukkan oleh nilai Cronbac’h Alpha dengan nilai r tabel”.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Karena melibatkan lebih dari satu variabel bebas, Metode regresi linier berganda digunakan peneliti dalam riset ini. Teknik analisa regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas harga dan kualitas pelayanan (terhadap variabel terikat kepuasan konsumen). Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus :

Y=a+b1X1+b2X2+e

Keterangan:

Y :kepuasan pelanggan

a : konstanta

X1 :harga

X2 :kualitas pelayanan

b1 :koefisien regresi variabel harga

b2 :koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

e :standar error

3.6.4Uji Parsial (Uji t)

Uji-t merupakan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

HO:b_1=0

Artinya variabel-variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan)

H1:$b_1 \neq 0$

Artinya variabel-variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Kriteria pengambilan keputusan

Ho diterima apabila t hitung < t tabel pada α = 5%

Ho diterima apabila t hitung > t tabel pada α = 5%

3.6.5Uji Signifikan Simultan (uji F).

Uji – F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat.
Ho :$b_1, b_2 = 0$

Artinya varibael – varibael bebas (harga dan kualitas pelayanan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan dan bersama – sama terhadap variabel terikatnya (kepuasan pelanggan).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

$H1: b_{1,} b_2 \neq 0$

Artinya variabel – variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya (kepuasan pelanggan).

3.6.6Uji Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) yaitu untuk mengetahui besarnya persentasi sumbangan variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (R^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai R2 (mendekati 1) maka semakin tepat pula suatu regresi linier yang digunakan sebagaipendekatan terhadap hasil suatu penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

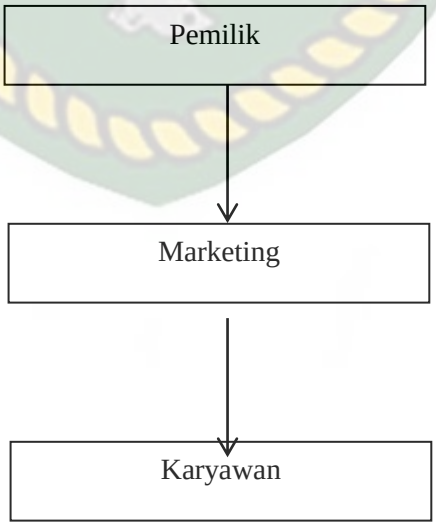
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1Gambaran Umum Rumah Makan Holat Ar-sinta

4.1.1Profil Rumah Makan Holat Ar-sinta

Sejarah singkat mengenai rumah makan Holat Ar-sinta beridir sejak 13 Mei 2017 yang didirikan oleh Bapak Tongku Soleh. Nama Ar-sinta Holat terinspirasi dari anak bungsu Bapak Tongku Soleh yaitu AR-sinta Delawiah Nasution, rumah makah Holat AR-sinta berada dijalan Lintas Sumatera yang segi letak dan tempat yang staregis berada di daerah keramaian yaitu dekat dengan Pabrik Kelapa Sawit PT. Jabal Perkasa dan juga dekat dengan SD dan SMP di daerah tersebut. Rumah makan ini beroperasi setiap hari mulai pukul 08:30 pagi sampai dengan 22:00 malam.

4.2Struktur Organisasi Rumah Makan Holat Ar-sinta



Sumber: Rumah Makan Holat Ar-sinta,2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pemilik

Pemilik adalah individu atau sekelompok orang yang memiliki entitas bisnis dan usahanya untuk mendapatkan keuntungan dari kesuksesan operasional perusahaannya. Secara umum mereka memiliki kemampuan yang bagus dalam pengambilan keputusan dan gerakan cepat untuk meraup keuntungan.

Marketing

Pengertian marketing dalam bahasa indonesia bisa diartikan sebagai pemasaran. Dari pengertian itu tugas marketing tentu saja sangat vital dalam sebuah perusahaan. Secara tidak langsung marketing merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian lebih dalam hal marketing ini.

Karyawan

Karyawan adalah setiap orang yang memberikan jasa kepada perusahaan ataupun organisasi yang membutuhkan jasa tenaga kerja, yang mana dari jasa tersebut, karyawan akan mendapatkan balas jasa berupa gaji dan kompensasi-kompensasi lainnya.

4.3Visi dan Misi Perusahaan

4.3.1Visi Perusahaan

Visi (Wibisono, 2006:43) merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai dimasa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan hal yang sangat kursial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Visi dari rumah makan Holat Ar-sinta adalah menjadikan rumah makan Holat Ar-sinta sebagai rumah makan yang menyajikan makanan yang berkualitas dengan pelayanan yang ramah dan bersahabat dalam rangka memenuhi selera dan kepuasan pelanggan.

4.3.2Misi Perusahaan

Misi menurut Wheelen (dalam Wibisono, 2006:46) merupakan rangkaian kalimat yang meyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

baik berupa produk ataupun jasa. Adapun misi dari rumah makan Holat Ar-sinta adalah:

1. Memberikan pelayanan yang baik dan santun.
2. Menguraikan menu masakan sesuai dengan selera masyarakat sekitar.
3. Menmbangun hubungan atau rasa kekeluargaan antara produsen dengan konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Dalam penelitian ini yang akan di teliti adalah pelanggan Rumah Makan Holat Ar-Sinta Pada Kabupaten Rokan Hulu Sebanyak 50 Pelanggan di jadikan sampel.

5.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Proporsi identitas responden berdasarkan umum sangat menggambarkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir responden, Dimana secara teoritis faktor usia akan mempengaruhi seseorang dalam menggambil keputusan. Dalam menggambil keputusan tingkat usia akan memberikan pengaruh. Semakin tinggi usia maka keputusan yang akan di ambil akan semakin baik, karena adanya tingkat kematangan seseorang dalam berpikir.

Tabel 5.1

Identitas Responden Berdasarkan Umur

Tingkat Umur (Tahun)	Frekuensi	Persentase
20 – 29 tahun	22	44,0%
30 – 39 tahun	18	36,0%
40 – 49 tahun	10	20,0%
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden pelanggan Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hullu terdapat 22 responden (44,0%) berada pada usia di atas 20 – 29 tahun, kemudian 18 responden (36,0%) berada pada usia 30 – 39 tahun, dan 10 responden (20,0%) berada pada usia 41 – 49.

Dari data tabel di atas dapat di simpulkan bahwa usia juga akan mempengaruhi Pelanggan dalam memilih rasa dan kualitas produk. Terlihat bahwa mayoritas responden dalam peneltian ini berada pada usia 20 - 29 tahun yang merupakan berada pada usia produktif. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam memilih tentang rasa dan kualitas produk.

5.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas jenis kelamin juga akan mempengaruhi kepuasaan pelanggan, seperti jenis kelamin perempuan cenderung mempunyai cita rasa dalam menilai dan merasakan produk lebih tinggi dan di bandingkan dengan laki – laki.

Tabel 5.2

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada Pelanggan Rumah Makan Holat Ar-Sinta

Kabupaten Rokan Hulu

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	21	42,0%
Perempuan	29	58,0%
Total	**50**	**100%**

Sumber : Rumah Makan Holat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari data tabel di atas dapat di lihat bahwa responden penelitian ini di dominasikan oleh perempuan yang berjumlah 29 responden (58,0%) sedangkan untuk responden laki-laki hanya 21 responden (42,0%) maka jumlah pelanggan perempuan di Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu lebih banyak di bandingkan dengan pelanggan laki-laki. Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan perempuan sangat di butuhkan di karenakan perempuan cenderung lebih bisa menilai dan menganalisa produk makanan yang tersedia pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu.

5.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidkan seseorang pada dasarkan berkaitan erat dengan kepuasaan pelanggan yang akan di hasilkan. Untuk mengetahui kondisi penddikan terakhir pada Rumah Makan Holat Ar-SintaKabupaten Rokan Hulu dapat d lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.3

Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Rumah Makan Holat Ar-Sinta

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	-	-
SLTP	7	16,0
SLTA	11	20%
S1 / S2	32	64,0%
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini di dominasikan pada pelanggan dengan pendidikan Jenjang S1/S2 yaitu sebanyak 32 responden (64,0%), kemudian di susul oleh karyawan dengan pendidikan SLTA yang berjumlah 11 responden (20,0%), lalu karyawan dengan pendidkan SLTP yang berjumlah 7 (16,0%), kemudian pelanggan dengan pendidikan SD sebanyak 0 responden . Maka dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden dari tingkat pendidikan terakhir Rumah Makan Holat Ar-Sinta yaitu berada pada pendidikan Jenjang S1/S2.

5.2. Analisis Keterjangkauan Harga

Harga satuan terpenting di dalam ruang lingkung penjualan, Harga juga sebagai salah satu penentu dari keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalani usahaan nya. Menjalankan sebuah bisnis tidak akan terlepas dari dari permasalahan harga, harga sangat memegang peranan yang sangat penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli.

5.2.1. Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta dapat di jangkau oleh semua kalangan

Harga merupakan hal terpenting di dalam ruang lingkup penjualan, Harga yang sesuai pada diri pelanggan makan pelanggan tersebut akan menyinggahi nya. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta di Kabupaten Rokan Hulu adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.4.

Harga yang di tawarkan oleh rumah makan

Holat Ar-Sinta dapat di jangkau Oleh semua kalangan (X1.1)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	60,0%
Setuju	14	28,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Rumah Makan Holat Ar-Sinta

Dari tabel di atas dapat di bahwa pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu yaitu sebanyak 30 pelanggan (60,0%) memilih sangat setuju, kemudian 14 pelanggan (28,0%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta dapat di jangkau oleh semua kalangan.

Harga juga kan mejadikan titik kunci keuntungan bagi pengusaha. Jika harga yang di tawarkan jauh tinggi dari pasaran maka pelangga tidak akan tertarik pada produk – produk yang di tawarkan tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.2.2. Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta pada konsumen sesuai dengan kualitas produk

Menjual produk dengan harga yang sesuai dan kualitas produk yang bagus merupakan hal yang di minati banyak konsumen. Pelanggan adalah hal yang di nanti nantikan oleh sebuah semua kalangan pengusaha, maka dari itu kualitas produk harus benar-benar di jaga. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta pada konsumen sesuai dengan kualitas produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.5

Harga yang di tawarkan oleh rumah makan

Holat Ar-Sinta pada konsumen sesuai dengan kualitas produk (X1.2)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	12	24,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber :Data Olahan 2021

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta pada Konsumen sesuai dengan kualitas produk yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,%) memilih sangat setuju kemudian 12 pelanggan (24,%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,%)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta pada Konsumen sesuai dengan kualitas produk yaitu Sangat setuju sebanyak 32 pelanggan.

Kesesuaian harga dengan kualitas produk merujuk kepada penilaian konsumen terhadap besar nya pengorbanan finansial yang di berikan dalam kaitan denagn spesifik yang berupa kualitas produk. Harga yang di tawarkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas yang di tawarkan kepada konsumen.

5.2.3. Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sama dari pesaing

Menjalankan sebuah bisnis jual beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga, Harga sangat memegang peranan penting dalam terjadi nya kesepakatan jual beli. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sama dari pesaing adalah sebagai berikut :

Tabel 5.6

Harga yang di tawarkan oleh rumah makan

Holat Ar-Sinta sama dari pesaing (X1.3)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	29	58,0%
Setuju	15	30,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sama dari pesaing yaitu sebanyak 29 pelanggan (58,0%) memilih sangat setuju, kemudian 15 pelanggan (30,0%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,0%) memilih kurang setuju. Maka pada kesimpulan pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sama dari pesaing adalah Sangat Setuju.

Harga yang di tawarkan merupakan di bawah rata-rata dari pada pesaing dan penilaian konsumen terhadap harga di Rumah makan Holat Ar-Sinta yang di bawah rata-rata harga rumah makan lain yang sama kualitas produknya.

5.2.4. Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai dengan manfaat produk yang di kosumsi

Kesesuaian harga dengan manfaat merujuk kepada konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengosumsi apa yang di tawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai dengan manfaat produk yang di kosumsi adalah sebagai berikut :

Tabel 5.7

Harga yang di tawarkan oleh rumah makan

Holat Ar-Sinta sesuai dengan manfaat produk yang di kosumsi (X1.4)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	10	20,0%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kurang Setuju	8	16,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai dengan manfaat produk yang di kosumsi yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,0%) memilih sangat setuju, kemudian 10 pelanggan (20,0%) memilih setuju dan 8 pelanggan (16,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai dengan manfaat produk yang di kosumsi yaitu 32 pelanggan memilih sangat setuju.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.2.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga

Tabel 5.8

Rekapituasi Tanggapan Responden Variabel Harga

Pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta

No	Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah	Skor
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta dapat di jangkau Oleh semua kalangan	30	14	6	-	-	50	224
2	Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta pada konsumen sesuai dengan kualitas produk	32	12	6	-	-	50	226
3	Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sama dari pesaing	29	15	6	-	-	50	223
4	Harga yang di tawarkan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta sesai dengan manfaat produk yang di kosumsi	32	10	8	-	-	50	224
	Total							

897

Sumber : Olahan Data 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berikut dapat kita di ketahui nilai nilai tertinggi dan terendah jumlah skor variabel kompensasi adalah :

Nilai Tertinggi = 4 x 5 x 50 = 1.000

Nilai Terendah = 4 x 1 x 50 = 200

$$\frac{\text{Skor Maximal – Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{1.000 - 200}{5} = 160$$

Untuk melihat tingkat kategori Harga pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu maka dapat di lihat di bawah ini :

Sangat Baik	**= 840 – 1.000**
Baik	= 680 – 840
Cukup Baik	= 520 – 680
Tidak Baik	= 360 – 520
Sangat Tidak Baik	= 200 – 360

Maka dapat di lihat pada hasil deskriptif Harga bahwa berada pada nilai 897 yang merupakan dalam kategori sangat baik yaitu kisaran antara 840 – 1.000 maka variabel (X1) yaitu harga memberikan harga yang sesuai dengan produk yang di jual pada konsumen atau pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu, hal ini dapat di buktikan pada semuai item pertanyaan kuesioner harga.

5.3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga sangat erat kaitan nya dalam menciptakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

keuntungan bagi rumah makan. Semakin berkualitas pelayanan yang di berikan oleh rumah makan maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

5.3.1. Karyawan Rumah Makan Holat Ar-Sinta berpenampilan rapi dan profesional

Ketika karyawan tampil dengan rapi dan sopan maka pelanggan yang akan memasuki area rumah makan juga akan enak memandang nya, yang perlu di perhatikan bahwa penampilan itu bukan soal pakaian saja, tetapi juga kerapian dan kebersihan juga menjadi elemen penting yang mencerminkan karyawan berprofesional. Untuk melihat tanggapan responden tentang karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta berpenampilan rapi dan berprofesional adalah sebagai berikut :

Tabel 5.9

Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta

Berpenampilan rapi dan berprofesiona (X2.1)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	16	32,0%
Kurang Setuju	2	4,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta Berpenampilan Rapi dan Profesional yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,0%) memilih sangat setuju, kemudian 16 pelanggan (32,0%) memilih setuju dan 2 pelanggan (4,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan terbanyak pada tanggapan responden tentang Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta Berpenampilan Rapi dan Profesional yaitu sangat baik sebanyak 32 pelanggan.

Karyawan yang bekerja dengan sikap yang sopan dan berpenampilan rapi akan menambah simpati dan kenyamanan pelanggan, tentu saja pelanggan akan kembali mengujungi nya lagi jika pelanggan sudah merasakan puas.

5.3.2. Fasilitas rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual

Fasilitas yang berdaya tarik visual merupakan salah satu indikator variabel dari kualitas pelayanan , yang mana erat kaitan nya dengan interior dan dekorasi tempat. Untuk melihat tanggapan responden tentang Fasilitas rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual adalah sebagai berikut :

Tabel 5.10

Fasilitas Rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual (X2.2)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	16	32,0%
Kurang Setuju	2	4,0%
Tidak Setuju	-	-

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Rumah makan Holat Ar-Sinta

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Fasilitas Rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,0%) memilih sangat setuju, kemudian 16 pelanggan (32,0%) memilih setuju dan 2 pelanggan (4,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan terbanyak pada tanggapan responden tentang Fasilitas Rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual yaitu sangat baik sebanyak 32 pelanggan.

5.3.3. Rumah makan Holat Ar-Sinta sungguh-sungguh mengutamakan pelanggan

Pelanggan merupakan raja yang harus di layani dengan baik, melalui penilaian pelanggan lah pengusaha mendapat nilai yang baik juga. Itulah alasan pelayanan menjadi kunci utama sukses nya sebuah pengusaha. Jika produk nya bagus akan tetapi pelayanan nya kurang bagus maka pelanggan tidak akan membeli nya lagi. Untuk melihat tanggapn responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta sungguh-sungguh mengutamakan pelanggan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.11

Rumah Makan Holat Ar-Sinta sungguh –sungguh

Mengutamakan pelanggan (X2.3)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	60,0%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Setuju	17	34,0%
Kurang Setuju	3	6,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta Sungguh – sungguh mengutamakan Pelanggan yaitu sebanyak 30 pelanggan (60,0%) memilih sangat setuju, kemudian 17 pelanggan (34,0%) memilih setuju dan 3 pelanggan (6,0%) mrmilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta Sungguh – sungguh mengutamakan Pelanggan yaitu sangat setuju sebanyak 30 pelanggan.

Mengutamakan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting di lakukan agar pelanggan merasa di layani dengan baik oleh karyawan nya, dalam mengutamakan pelanggan karyawan juga harus memperhatikan komunikasi yang baik terhadap pelanggan tersebut agar pelanggan merasa puas apa yang telah karyawan berikan berupa pelayanan yang maksimal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.4. Rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian

Pelayanan yang di berikan harus bisa membuat betah pelanggan, Maka sopan dan perhatian yang lebih sangat penting ada pada diri pengusaha produk. Untuk melihat tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian adalah sebagai berikut :

Tabel 5.12

Rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian (X2.4)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	31	62,0%
Setuju	10	20,0%
Kurang Setuju	9	18,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian yaitu sebanyak 31 pelanggan (62,0%) memilih sangat setuju, kemudian 10 pelanggan (20,0%) memilih setuju dan 9 pelanggan (18,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak dari tanggapan responden tentang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian yaitu sangat baik sebanyak 31 pelanggan.

Karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian adalah konsep yang harus di terapkan pada diri karyawan. Pelayanan yang baik maka akan membuahkan kepuasan yang baik juga.

5.3.5. Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan

Setiap karyawan dalam memberikan pelanggan mempunyai kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang di janjikan secara benar sampai kurun waktu tertentu. Untuk melihat tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.13

Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan

pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan (X2.5)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	58,0%
Setuju	13	26.0%
Kurang Setuju	8	16,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan yaitu sebanyak 29 pelanggan (58,0%) memilih sangat setuju, kemudian 13 pelanggan (26,0%) memilih setuju dan 8 pelanggan (16,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan yaitu sangat baik sebanyak 29 pelanggan.

5.3.7. Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen

Cepat dalammemenuhi kebutuhan konsumen merupakan hal yang tidak asing lagi bagi karyawan, Karyawan harus siap tanggap dalam melayani konsumen nya. Untuk melihat tanggapan responden tentang karyawan runah makan Holat Ar-Sinta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen adalah sebagi berikut :

Tabel 5.14

Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta

cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen (X2.6)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	31	62,0%
Setuju	11	22,0%
Kurang Setuju	8	16,0%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yaitu sebanyak 31 pelanggan (62,0%0 memilih sangat setuju, kemudian 11 pelanggan (22,0%) memilih setuju dan 8 pelanggan (16,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan tentang Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yaitu sangat baik sebanyak 31 pelanggan.

5.3.7. Kesiapan karyawan rumah makan holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan

Mempunyai karyawan yang siap tanggap dalam melayani pelanggan adalah semua keinginan pengusaha. Pelanggan merupakan raja yang harus di layanani dengan baik maka karyawan juga harus cepat dalam merespon semua permintaan pelanggan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Kesiapan karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 5.15

Kesiapan karyawan rumah makan rumah makan

holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan (X2.7)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	10	20,0%
Kurang Setuju	8	16,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat pada tanggapan responden tentang Kesiapan karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,0%) memilih sangat setuju, 10 pelanggan (20,0%) memilih setuju dan 8 pelanggan (16,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Kesiapan karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan yaitu sangat baik sebanyak 31 pelanggan.

5.3.8. Karyawan Rumah makan Holat Ar-Sinta melakukan pelayanan dengan cepat

Karyawan menyelesaikan tugas nya atau pelayanan nya dengan cepat adalah kebanggan tersendiri. Hal seperti itu juga yang akan di nilai dalam melayani pelanggan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta melakukan pelayanan dengan cepat adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.16

Karyawan Rumah makan Holat Sr-Sinta

melakukan pelayanan dengan cepat (X2.8)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	64,0%
Setuju	12	24,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat pada tanggapan responden tentang Karyawan Rumah makan Holat Ar-Sinta melakukan pelayanan dengan cepat yaitu sebanyak 32 pelanggan (64,0%) memilih sangat setuju, 12 pelanggan (24,0%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Karyawan Rumah makan Holat Ar-Sinta melakukan pelayanan dengan cepat yaitu sangat baik sebanyak 32 pelanggan

5.3.9. Rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten bersikap sopan

Karyawan yang mempunyai sikap sopan santun yang baik juga akan membuat pelanggan senang untuk kembali berkunjung. Sikap sopan santun yang ada pada diki karyawan harus benar konsisten tidak pandang karyawan tersebut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mempunyai masalah pribadi nya. Untuk melihat tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten bersikap sopan.

Tabel 5.17

Rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten bersikap sopan (X2.9)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	58,0%
Setuju	15	30,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten yaitu sebanyak 29 pelanggan (58,0%) memilih sangat setuju, kemudian 15 pelanggan (30,0%) memilih setuju, dan 6 pelanggan (12,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten bersikap sopan yaitu 29 pelanggan memilih sangat setuju.

5.3.10. Rumah makan Holat Ar-Sinta selalu menjaga mutu produk nya

Selalu menjaga mutu produk merupakan hal yang sangat penting gar pelanggan tidak kabur dan dari kualitas mutu yang baik inilah pengusaha bisa menciptakan produk baru lagi. Untuk melihat tanggapan responden tentang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Rumah makan Holat Ar-Sinta selalu menjaga mutu produk nya adalah sebagi berikut :

Tabel 5.18

Rumah makan Holat Ar-Sinta selalu menjaga mutu produk nya (X2.10)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	60,0%
Setuju	14	28,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat pada tabel di atas tentang Rumah makan Holat At-Sinta selalu menjaga mutu produk nya yaitu sebanyak 30 pelanggan (60,0%) memilih sangat setuju, kemudian 14 pelaanggan (28,0%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,0%), memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Rumah makan Holat Ar-Sinya selalu menjaga mutu produk nya yaitu sangat baik sebanyak 30 pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.11. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 5.20

Rekapitulasi tanggapan responden

Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah	Skor
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Karyawan Rumah Makan Holat Ar-Sinta berpenampilan rapi dan professional	32	16	2	-	-	50	230
2	Fasilitas rumah makan Holat Ar-Sinta berdaya tarik visual	32	16	2	-	-	50	230
3	Rumah makan Holat Ar-Sinta sungug-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan	30	17	3	-	-	50	207
4	Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	31	10	9	-	-	50	222
5	Rumah makan Holat Ar-Sinta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang di janjikan	29	13	8	-	-	50	221
6	Karyawan rumah makan Holat	31	11	8	-	-	50	223

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	Ar-Sinta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen							
7	Kesiapan karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta untuk merespon setiap permintaan pelanggan	32	10	8	-	-	50	224
8	Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta melakukan pelayanan dengan cepat	32	12	6	-	-	50	226
9	Karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang secara konsisten bersikap sopan	29	15	6	-	-	50	223
10	Rumah makan Holat Ar-Sinta selalu menjaga mutu produk	30	14	6	-	-	50	224
Total								**2.230**

Sumber : Data Olahan 2021

Berikut dapat kita ketahui nilai tertingi dan terendah jumlah skor variabel kualitas pelayanan :

Nilai Tertinggi = 10 x 5 x 50 = 2.500

Nilai Terendah = 10 x 1 x 50 = 500

Untuk Mencari Nilai kuefisien adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

$$\frac{\text{Skor Maximal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{2.500 - 500}{5} = 400$$

Untuk Mengetahui Tingkat kategori kualitas pelayanan Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu, maka dapat di lihat di bawah ini :

Sangat Baik = **2.100 – 2.500**

Baik = 1.700 – 2.100

Kurang Baik = 1.300 – 1.700

Tidak Baik = 900 – 1.300

Sangat Tidak Baik = 500 – 900

Maka dapat di lihat pada hasil deskriptif Kualitas pelayanan bahwa berada pada nilai 2.230 yang merupakan dalam kategori sangat baik yaitu kisaran antara 2.100 – 2.500 maka variabel (X2) yaitu kualitas pelayanan memberikan pelayanan yang sangat baik pada konsumen atau pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu, hal ini dapat di buktikan pada semuai item pertanyaan kuesioner kualitas pelayananan.

5.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasaan pelanggan sangat penting bagi seorang pengusaha yang menjual berbagai produk, kepuasan pelanggan tidak hanya dari soal cita rasa akan tetapi juga pelayanan sampai dengan harga yang di pasarkan. Menjaga kepuasan pelanggan tidak mudah hanya dengan kualitas produk yang di berikan tetapi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelayanan dan harga juga sangat penting di jaga demi untuk tetap menjaga agar pelanggan bisa menikmati produk berulang kali atau akan kembali lagi.

5.4.1. Produk yang di peroleh dari Rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan

Kesesuaian harapan meruapakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan, yang mana kualitas dan kuantitas telah sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan . Untuk melihat tanggapan responden tentang Produk yang di peroleh dari rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.21

Produk yang di peroleh dari Rumah makan Holat Ar-Sinta

sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan (Y1)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	44,0%
Setuju	25	50,0%
Kurang Setuju	3	6,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Produk yang di peroleh dari Rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan yaitu sebanayk 22 pelanggan (44,0%) memilih sangat setuju, kemudian 25 pelanggan (50,0%) memilih setuju dan 3 pelanggan (6,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Produk yang di peroleh dari Rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan yaitu setuju sebanyak 25 pelanggan.

5.4.2. Pelayanan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan

Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan adalah sala satu indikator kesesuaian harapan. Rumah makan Holat Ar-Sinta dalam melayani pelanggan telah sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan pelanggan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Pelayanan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi yang di harapkan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.22

Pelayanan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan (Y2)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	46,0%
Setuju	24	48,0%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kurang Setuju	3	6,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Pelayanan oleh karyawan makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan yaitu sebanyak 23 pelanggan (46,0%) memilih sangat setuju, kemudian 24 pelanggan (48,0%) dan 3 pelanggan (6,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Pelayanan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan yaitu setuju sebanyak 24 pelanggan.

5.4.3. Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan

Pelanggan sangat puas atas produk yang di sajikan, maka dari itu pelanggan kembali untuk menikmati produk nya kembali. Untuk melihat tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.23

Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan (Y3)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	52,0%
Setuju	17	34,0%
Kurang Setuju	7	14,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan yaitu sebanyak 26 pelanggan (52,0%) memilih sangta setuju, kemudian 17 pelanggan (34,0%) memilih setuju dan 7 pelanggan (14,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan yaitu sangat baik yaitu 26 pelanggan.

5.4.4. Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah mengonsumsi produk

Berniat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat setelah mengosumsi produk merupakan sesuatu yang sanagat berarti bagi karyawan. Pelanggan merasa mendapatkan manfaat setelah mengetahui tingkat rasa dari kepuasaan produk tersebut. Untuk melihat tanggapan responden tentang Minat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah mengosumsi produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.24

Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah mengonsumsi produk (Y4)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	48,0%
Setuju	16	32,0%
Kurang Setuju	10	20,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah mengosumsi produk yaitu sebanyak 24 pelanggan (48,0%) memilih sangat setuju, kemudian 16 pelanggan (32,0%) memilih setuju dan 10 pelanggan (20,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengosumsi produk yaitu 24 pelanggan memilih sangat setuju.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.4.5. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang memuaskan salah satu indikator kepuasan pelanggan. Dan untuk merekomendasikan agar membeli produk adalah sesuatu hal yang wajar dan tidak asing bagi kalangan masyarkat umum. Untuk melihat tanggapan responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.25

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan (Y5)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	46,0%
Setuju	22	44,0%
Kurang Setuju	5	10,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sumber : Data Olahan 2021

Dari data tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan yaitu sebanyak 23 pelanggan (46,0%) memilih sangat setuju, kemudian 22 pelanggan (44,0%) memilih setuju dan 5 pelanggan (10,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpulan pada jawaban responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan adalah sangat baik yaitu 23 pelanggan.

5.4.6. Menyarankan teman atau kerabat untuk memeli produk yang di tawarkan karena nilai atau manfaat yang dapat setelah mengosumsi sebuah jasa

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang dintawarkan karena nilai atau manfaat yang di dapat setelah mengosumsi sebuah produk jasa adalah salah satu indikator kepuasan kerja. Pelanggan merasa puas dengan nilai atau manfaat produk rumah makan Holat Ar-Sinta, kemudian menyarankan kepada teman atau kerabat lainya untuk membeli produk rumah makan Holat Ar-Sinta. Untuk melihat tanggapan responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai dan manfaat yang di dapat setelah mengosumsi sebuah jasa adalah sebagai berikut :

Tabel 5.26

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai atau manfaat yang dapat setelah mengosumsi sebuah jasa (Y6)

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	28	56,0%
Setuju	16	32,0%
Kurang Setuju	6	12,0%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2021

Dari data tabel di atas dapat di lihat bahwa pada tanggapan responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai dan manfaat yang di dapat setelah mengosumsi sebuah jasa yaitu sebanyak 28 pelanggan (56,0%) memilih sangat setuju, kemudain 16 pelanggan (32,0%) memilih setuju dan 6 pelanggan (12,0%) memilih kurang setuju. Maka kesimpualn jawaban terbanyak pada tanggapan responden tentang Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai dan manfaat yang di dapat setelah mengosumsi sebuah jasa adalah sangat baik yaitu 28 pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 5.27

Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah	Skor
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Produk yang di peroleh dari Rumah makan Holat Ar-Sinta sesuai atau melebihi dari apa yang di harapkan	22	25	3	-	-	50	219
2	Pelayanan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta yang di peroleh sesuai atau melebihi yang di harapkan	23	24	3	-	-	50	220
3	Minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan	26	17	7	-	-	50	219
4	Melihat tanggapan responden tentang Minat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah	24	16	10	-	-	50	214

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	mengosumsi produk							
5	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang di berikan oleh rumah makan Holat Ar-Sinta memuaskan	23	22	5	-	-	50	240
6	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai dan manfaat yang di dapat setelah mengosumsi sebuah jasa	28	16	6	-	-	50	222
Total								**1.334**

Sumber : Data Olahan 2021

Berikut dapat kita ketahui nilai tertingi dan terendah jumlah skor variabel kepuasan pelanggan :

Nilai Tertinggi = 6 x 5 x 50 = 1.500

Nilai Terendah = 6 x 1 x 50 = 300

Untuk Mencari Nilai kuefisien adalah sebagai berikut :

$$\text{Skor Maximal} - \text{Skor Minimal} = \frac{1.500 - 300}{\text{Skor}} = \frac{240}{5}$$

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Untuk Mengetahui Tingkat kategori Kepuasan pelanggan Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu, maka dapat di lihat di bawah ini :

Sangat Baik	**= 1.260 - 1.500**
Baik	= 1.020 – 1.260
Kurang Baik	= 780 – 1.020
Tidak Baik	= 540 – 780
Sangat Tidak Baik	= 300 – 540

Maka dapat di lihat pada hasil deskriptif kepuasan pelanggan bahwa berada pada nilai 1.334 yang merupakan dalam kategori sangat baik yaitu kisaran antara 1.260 – 1.500 maka variabel (Y) yaitu kepuasan pelanggan memberikan kepuasan yang sangat baik pada konsumen atau pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu, hal ini dapat di buktikan pada semuai item pertanyaan kuesioner kepuasan pelanggan.

5.5. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadp Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu.

Untuk Mengetahui Seberapa besar Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadp Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hul, maka di lakukan pengujian sebagai berikut :

5.5.1. Uji Validitas

Uji Validitas di gunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang di gunakan untuk memperoleh data mengenai Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menentukan koefisien korelasi dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

masing-masing butir pernyataan mempunyai skor butir terhadap total skor keseluruhan pernyataan yang di gunakan. Jika r hitung > r tabel maka instrumen penyataan di katakan valid, r tabel *produck moment* untuk df : (N-2) = 50 – 2 = 48 untuk nilai alpha 5% adalah 0,278. Hasil dan analisis Menggunakan SPSS 20 dan nilai r tabel di sajikan sebagai berikut :

Tabel 2.28

Hasil Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	r table	Kesimpulan
Harga (X1)	1	0,933	0,278	Valid
	2	0,966	0,278	Valid
	3	0,933	0,278	Valid
	4	0,924	0,278	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,761	0,278	Valid
	2	0,743	0,278	Valid
	3	0,749	0,278	Valid
	4	0,880	0,278	Valid
	5	0,908	0,278	Valid
	6	0,923	0,278	Valid
	7	0,922	0,278	Valid
	8	0,952	0,278	Valid
	9	0,833	0,278	Valid

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	10	0,807	0,278	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,817	0,278	Valid
	2	0,829	0,278	Valid
	3	0,900	0,278	Valid
	4	0,866	0,278	Valid
	5	0,844	0,278	Valid
	6	0,760	0,278	Valid

Sumber : Data Olahan 2021

Tabel di atas menunjukan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel. Pernyataan Variabel Harga (X1) yang memiliki validitas tertinggi yaitu pada pernayataan butir X1.2 dengan koefisien korelasi 0,966 dan validitas terendah yaitu pada pernayataan X1.4 dengan nilai koefisien korelasi 0,924. Dari Hasil uji validitas dapat di nyatakan bahwa seluruh pernyataan Harga di nyatakan valid dan layak untuk di analisis.

Kemudian pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) juga mempunyai nilai yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu nilai tertinggi berada pada pernyataan X2.8 dengan koefisien 0,952 dan validitas terendah yaitu berada pada pernytaan X2.2 dengan nilai koefisien 0,743. Dari hasil uji validitas dapat di nyatakan bahwa seluruh pernytaan kualitas pelayanan di nytakan valid dan layak untuk di analisis.

Dan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) juga mempunyai nilai yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu nilai tertinggi berada pada pernyataan Y3 dengan koefisien 0,900 dan validitas terendah yaitu berada pada pernytaan Y6 dengan nilai koefisien 0,760. Dari hasil uji validitas dapat di nyatakan bahwa

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

seluruh pernytaan Kepuasan Pelanggan di nyatakan valid dan layak untuk di analisis.

5.5.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas di gunakan untuk menunjukan sejauh mana untuk mengukur dapat di percaya atau dapat di andalkan. Uji Realibilitas dapat di nyatakan reliable jika nilai *Alpha Cronbach's* > 0,60. Pengujian Uji Reliabilitas di lakukan dengan menggunakan formula *alpha cronbach',* untuk mengetahui hasil uji reliabilitas dapat di lihat tabel sebagai berikut :

Tabel 5.29

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Butir Pernayataan	*Alpha Cronbach's*
Harga (X1)	6	0,955
Kualitas Pelayanan (X2)	10	0,953
Kepuasan Pelanggan (Y)	6	0,912

Sumber : Data Olahan 2021

Kuesioner akan di nyatakan varaiabel jika nilai koefisien reliabilitas mencapai 0,60. Maka pada tabel Uji Reliabilitas di atas menunjukan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 sehingga kuesioner dinyatakan valid.

5.5.3. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yaitu menggunakan analisis statistik dengan uji regresi linier berganda yang melibatkan variabel independen dan variabel dependen, Harga (X_1) , Kualitas pelayanan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Untuk melihat Hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 5.30

Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.599	2.153		2.136	.038
	Harga	.513	.166	.406	3.081	.003
	Kualitas_pelayanan	.277	.077	.474	3.604	.001

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa nilai B pada constant (a) adalah 4.599 sedangkan nilai Harga (b_1) adalah 0,513 dan kualitas pelayanan (b_2) adalah 0,277 sehingga persamaan regresi linier berganda dalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 4.599 + 0{,}513X_1 + 0{,}277X_2$$

a = 4.599 yaitu apabila Harga dan Kualitas Pelayanan konstan, maka kepuasan pelanggan Rumah Makan Holat Ar-Sinta akan positif.

β_1 = 513 yaitu variabel harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Apabila Harga semakin baik maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat dengan asumsi dengan variabel yang lain tetap.

β_2 = 277 yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu. Apabila Kualitas Pelayanan semakin baik atau kompetetif maka akan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan asumsi bahwa varaibel yang lain tetap.

5.5.4. Uji Signifikan Variabel Secara Simultan (Uji F)

Uji F ini di lakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan $F_{tabel,}$ namun sebelum membandingkan nilai F tersebut harus di tentukan tingkat Kepercayaan terlebih dahulu agar dapat di tentukan nilai kritisnya = n – (k+1) = 50 – 3 = 47 = 3.20. Alpha (α) yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan hipotesis (2 tail) . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka akan di katakan signifikan, hal ini berarti menunjukan variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh dengan variabel dependen.

Tabel 5.31
Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.296	2	198.648	53.101	.000[b]
	Residual	175.824	47	3.741		
	Total	573.120	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan hasil Uji ANOVA pada tabel di atas menunjukan nilai F_{hitung} sebesar 53.10 yang lebih besar dari nilai F_{tabel} 2.30 yaitu dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi linier dapat di gunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu. Hal ini menunjukan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simutan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu.

5.5.5. Uji Persial (Uji t)

Pengujian ini di lakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (Harga dan Kualitas Pelayanan) mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan pelanggan) pad Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabup aten Rokan Hulu. Untuk itu perlu di lakukan perbandingan dengan menggunakan antara thitung dengan ttabel. Dalam penelitian ini di gunakan tingkat signifikan a = 5% yang artinya kemungkinan kesalahan yang di toleransi adalah 5%.

Tabel 5.32

Hasil Uji Persial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.599	2.153		2.136	.038
	Harga	.513	.166	.406	3.081	.003
	Kualitas_pelayanan	.277	.077	.474	3.604	.001

a. Dependent Variable: Harga , kepuasan_pelanggan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Nilai Variabel Harga di atas menunjukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3.081 dengan signifikan 0,003 dan diperoleh nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% (2-tailed) dengan persamaan n-k-1:alpha/2 = 50-2-1 : 0,05/2 = 47:0,025 = 2,011

Dimna n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas dan 1 adalah konstan. Dengan demikian dapat di ketahui bahwa t_{hitung} (3.081) > t_{tabel} (2,011) dan signifikan (0,003) < 0,05. Jadi dapat di ketahui bahwa H_o di tolak dan H_a di terima. Hal ini menunjukan bahwa ada pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kabupaten Rokan Hulu.

Kemudian pada Variabel Kualitas Pelayanan menunjukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3.604 dengan signifikan 0,001 dan diperoleh nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% (2-tailed) dengan persamaan n-k-1:alpha/2 = 50-2-1 : 0,05/2 = 47:0,025 = 2,011

Dengan demikian dapat di ketahui bahwa t_{hitung} (3.604) > t_{tabel} (2,011) dan sig (0,001) < 0,05. Jadi dapat di ketahui bahwa H_o di tolak dan H_a di terima. Hal ini menunjukan bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kabupaten Rokan Hulu.

5.5.6. Uji Determinasi (R2)

Uji Determinasi di gunakan untuk menunjukan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik variabel

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Untuk melihat Hasil uji koefisen determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 5.33

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833[a]	.693	.680	1.934

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_pelayanan

Berdasarkan tabel koefisien korelasi (R) akan menunjukan R = 0,833 atau (83,30%) maka nilai koefisien determinasi tersebut menunjukan erat hubungan nya antara variabel Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan kuat dan positif. Sedangkan Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukan nilai sebesar 0,693 atau 69,30% , dengan ini di simpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independent (Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependent (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 69,30% sedangkan 30,70% di pengaruhi oleh faktor-faktor lainya.

5.5.7. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu jenis kelamin perempuan yang paling banyak, karena perempuan lebih sering dan lebih suka mekan berada pada lokasi tersebut. Kemudian hasil penelitian ini dapat di ketahui bahwa variabel harga (X1) dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu. Dari Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Harga memberikan Keterjangkauan harga, dan memberikan kesesuaian antara produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan nya sehingga pelanggan merasa puas dan betah untuk selalu ingin merasakan produk pada Rumah makan Holat Ar-Sinta Kabupaten Rokan Hulu.

Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,693 artinya bahwa harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 69,30% sedangkan sisa nya yaitu 0,307 atau 30,70% yang merupakan faktor-faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Sebagai penguasaha yang sukses maka perusahaan sangat wajib untuk melihat kepuasan pelanggan nya guna untuk menilai hasil dari karya rumah makan tersebut. Kemudian penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Ari Prasetyo (2012), Syafrijal (2015), dan Dwi Nurmasari (2018) yang merupakan sama-sama dengan hasil penelitian ini yaitu sama-sama memberikan pengaruh antara Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta, jika harga sesuai dengan keinginan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sebaliknya jika harga tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan rendah.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta , jika kualitas pelayanan baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka tingkat kepuasan konsumen akan rendah.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Holat Ar-sinta, jika harga dan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sebaliknya jika harga dan kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan rendah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6.2 Saran

Berdasarkan pandangan penelitian tersebut, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian tersebut, kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan dengan cara mematok atau membuat harga lebih rendah dari harga pesaing, harga yang ditawarkan merupakan dibawah rata-rata dari pada pesaing, dengan menururnkan harga diharapkan tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan penelitian tersebut, kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan dengan cara mengutamakan kepentingan pelanggan, mengutamakan kepentingan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan agar pelanggan merasa dilayani dengan baik, dalam mengutamakan kepentingan pelanggan karyawan juga harus memperhatikan komunikasi yang baik terhadap pelanggan tersebut agar pelanggan merasa puas.
3. Berdasarkan penelitian tersebut, kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan dengan meningkatkan nilai dan manfaat yang di peroleh pelanggan setelah mengonsumsi produk, pelanggan merasa puas apabila mendapat manfaat sesuai dengan yang diharapkan setelah mengetahui tingkat rasa dari kepuasan produk tersebut, semakin tinggi nilai dan manfaat yang diperoleh pelanggan dari suatu produk maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan agar mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan referensi lainnya dalam menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, G. dan Kotler, Philip. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 Edisi Bhs.Indonesia dari Principle of Marketing,*Jakarta: PT Prehalindo, 1998.

Atmaja, Lukas, Setia. *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi,* Yogyakarta: Andi, 2009.

Basu, Swastha. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2008.

Bi Rahmani Nur Ahmadi, *Metode Penelitian Ekonomi,* Medan: Febi Uin Su Press, 2016.

Danang, Sunyoto.*Teori Kuesioner dan Analisis Data*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Goodman, Raymond J. *Service Management Edisi Kedua,* Jakarta: Erlangga, 2002.

Hamdani, A dan Lupyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua,*Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,* Bandung: Alfabeta, 2005.

Husein, Umar. *Riset Pemasarn dan Perilaku Konsumen,*Jakarta:PTGramedia Pustaka Utama, 2000.

Ibrahim, Buddy. *TQM (total quality management)*, Jakarta: Djambatan, 2000.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management*), Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.12*, Jakarta: Indeks, 2007.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Minard, Engel, Black, Well. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*, Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994.

Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Heryanto, Imam., Triwibowo, Totok. 2018. *"Path Analysis Menggunakan SPSS dan EXCEL".* Informatika, Bandung.

Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid Kedua. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :