

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH
MAKAN TARAGUNG PEKANBARU**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

(S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau



OLEH :

HENDRA EGIARTO

NPM 175210761

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN TARAGUNG PEKANBARU

HENDRA EGIARTO

175210761

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling incidental* dengan jumlah sampel 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket yang disebarakan kepada pelanggan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION FOR RUMAH MAKAN TARAGUNG PEKANBARU

HENDRA EGIARTO

175210761

The purpose of this study was to determine and analize whether of Product Quality, Service Quality, And Price On Customer Satisfaction For Rumah Makan Taragung Pekanbaru. The population in this study are customer for Rumah Makan Taragung Pekanbaru. The sampling technique in this study used *sampling incidental* whith a sample of 100 respondents. Data collection technique in this study using a questionnaire or quetionnaire distributed to costomers. The data analysis technique in this study indicate that multiple linear regression and used SPSS 26 . The result of this study indicate that Product Quality, Service Quality, And Price significant influence On Customer Satisfaction For Rumah Makan Taragung Pekanbaru.

Key Word : Product Quality, Service Quality, And Price On Customer

Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang mana telah memberi rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan alam baginda Rasulullah SAW yang mana telah mengantarkan kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini, untuk itu marilah sama-sama kita selalu bersholawat kepada baginda agar kelak di yaumil akhir kita mendapatkan syafaat beliau. Aamiin.

Adapun judul skripsi penulis ialah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN TARAGUNG PEKANBARU”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini Diajukan Guna Memenuhi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Penulis menyadari bahwa selama menyusun skripsi ini ada banyak tantangan dan rintangan yang penulis hadapi, namun disini ada banyak pihak yang selalu mendukung penulis untuk tetap menyelesaikan sampai pada akhirnya menjadi skripsi. Oleh karena itu, disini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis baik dari segi moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini kepada yang terhormat sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., M.C.L., Selaku Rektor Universitas Islam Riau
2. Bapak Dr. Eva Sundari, SE., MM. CBRC Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang selalu memberikan dukungan terutama pada mahasiswa tingkat akhir
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
4. Bapak Drs. Asril, MM selaku pembimbing yang telah sudi kiranya membantu dalam berkonsultasi dan memberikan masukan serta sarannya dalam penyusunan skripsi ini dan telah memberikan persetujuan tentang penelitian penulis
5. Kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Masri Ibunda tercinta Yurna Lisma yang telah banyak memberikan dukungan, tenaga, waktu, materi serta doa yang tiada hentinya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Saudara penulis uni dan abang yang terdiri Helmida Anem, Hendri Zal, Eka Fitriani dan Zamratul Hairiah yang telah ikut berkontribusi dalam membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik
7. Bapak Ibu dosen beserta karyawan-karyawati di lingkungan Fakultas Ekonomi terutama pada Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama berada di bangku perkuliahan
8. Pemilik Rumah Makan Taragung Pekanbaru yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

9. Teman-teman Hermansyah, Wazir Murazul, Rahmad Sutisna, Eko Mulyadi, Enggal Maulana, Sidiq Setiawan, Wan Abdu, Dedi Saputra, Siato Asiroha, El Dapit dan teman-teman kuliah seperjuangan, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas partisipasinya dan juga waktunya telah bersama dengan penulis selama kurang lebih 4 tahun lamanya
10. Sahabat kos saya terdiri dari Rahmat sutisna, Hermansyah, Ramdani, Eko Mulyadi, wazir murasul yang telah memberikan dukungan dan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Sahabat penulis Skripsi, Sidiq Setiawan, M Wazir Murasul, Enggal Maulana dan Hermansyah yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
12. Seluruh keluarga besar FSI As-sabiil FEB UIR yang telah sudi kiranya memberikan penulis pengalaman yang tak terlupakan dan juga memberikan pengembangan diri kepada penulis hingga bisa menjadi orang yang lebih baik.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 20 Desember 2021

Penulis

Hendra Egiarto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION FOR RUMAH MAKAN TARAGUNG ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
1.4. sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1. Pemasaran.....	10
2.2. Kualitas Produk	10
2.3. Kualitas Pelayanan	11
2.4. Harga	13
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	14
2.6. Penelitian Terdahulu.....	18
2.7. Kerangka Pemikiran	22
2.8. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian.....	24

3.2.	Operasional Variabel Penelitian	24
3.3.	Jenis dan Sumber Data	33
3.4.	Populasi dan Sampel	33
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.	Metode Analisis Data	34
3.6.1.	Uji Kualitas Data.....	34
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3.	Pengujian Hipotesis.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		38
4.1.	Gambaran Umum Rumah Makan Taragung Pekanbaru	38
4.2.	Visi Dan Misi Rumah Makan Taragung Pekanbaru	38
3.6.1.	Visi Rumah Makan Taragung Pekanbaru :	38
4.2.2.	Misi Rumah Makan Taragung Pekanbaru :	38
5.2.	Struktur Organisasi.....	39
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		40
5.1.	Hasil Penelitian.....	40
5.1.1.	Identifikasi Responden.....	40
5.1.2.	Uji Kualitas Data.....	44
5.1.3.	Analisis Deskriptif	47
5.1.4.	Uji asumsi klasik	106
5.1.5.	Uji Hipotesis	112
5.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
5.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru	115
5.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru	116
5.2.3.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru	117
BAB VI PENUTUP		119
6.1.	Kesimpulan.....	119
6.2.	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 5. 2 Pendidikan Terakhir Responden	41
Tabel 5. 3 Jenis Pekerjaan Responden	43
Tabel 5. 4 Uji Validitas Kualitas Produk	44
Tabel 5. 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	45
Tabel 5. 6 Uji Validitas Harga	45
Tabel 5. 7 Uji Reliabilitas	46
tabel 5. 8 Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada Rumah makan taragung pekanbaru karena makanan yang di jual sesuai selera pelanggan.....	48
Tabel 5. 9 Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karena karyawan memberikan pelayanan yang baik	49
Tabel 5. 10 Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karena tersedia tempat sholat.....	51
Tabel 5. 11 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berminat berkunjung kembali pada rumah makan taragung pekanbaru karena makannya enak	52

tabel 5. 12 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	53
tabel 5. 13 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berkunjung kembali karena Fasilitas penunjang yang memadai	55
Tabel 5. 14 Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena makanan yang dihidangkan sangat enak	57
Tabel 5. 15 Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena pelayanan yang diberikan baik	58
Tabel 5. 16 Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena fasilitas yang di sediakan memadai	59
Tabel 5. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pealanggan (Y)	60
Tabel 5. 18 Tanggapan responden atas pernyataan pada rumah taragung pekanbaru menyajikan makanan yang masih baru dan segar	64
Tabel 5. 19 Tanggapan responden atas pernyataan makanan pada rumah taragung pekanbaru menyajikan makanan yang tidak mudah basi	66
Tabel 5. 20 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang disajikan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sangat enak	67
Tabel 5. 21 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang dijual pada rumah makan taragung pekanbaru halal	69

Tabel 5. 22 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang sajikan pada rumah makan taragung pekanbaru higenis.....	70
Tabel 5. 23 Tanggapan responden atas pernyataan komposisi makanan yang digunakan dalam makanan pada rumah makan taragung pekanbaru aman dan sehat.....	71
Tabel 5. 24 Tanggapan responden atas banyak pilihan menu pada rumah makan taragung pekanbaru	72
Tabel 5. 25 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)....	73
Tabel 5. 26 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian	77
Tabel 5. 27 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru segera melayani anda saat berkunjung	78
Tabel 5. 28 Tanggapan responden atas pernyataan anda tidak perlu lama mengantri pada rumah makan taragung pekanbaru dalam memesan makanan berkunjung	79
Tabel 5. 29 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu ada ketika di butuhkan	80
Tabel 5. 30 Tanggapan responden atas pernyataan cita rasa menu yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu sama setiap kali anda berkunjung	81
Tabel 5. 31Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sama dengan menu yang ditawarkan	83

Tabel 5. 32 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung	84
Tabel 5. 33 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru pelayanan yang sama tanpa membedakan – bedakan pelanggan	86
Tabel 5. 34 Tanggapan responden atas pernyataan ruangan dan meja yang tersedia pada rumah makan taragung pekanbaru bersih.....	87
Tabel 5. 35 Tanggapan responden atas pernyataan peralatan yang digunakan pada rumah makan taragung pekanbaru bersih.....	88
Tabel 5. 36 Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X2).....	89
Tabel 5. 37 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru terjangkau.....	93
Tabel 5. 38 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan daya beli pelanggan	94
Tabel 5. 39 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai kualitas rasa	96
Tabel 5. 40 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai kualitas kuantitas (porsi)	97
Tabel 5. 41 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih murah	98
Tabel 5. 42 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih ekonomis	99

Tabel 5. 43Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan cita rasa yang diberikan 100	
Tabel 5. 44 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan	102
Tabel 5. 45 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X3)	103
Tabel 5. 46OneSample Kolmogorov-Smirnov Test.....	106
Tabel 5. 47 Uji Multikolinearitas	108
Tabel 5. 48 Analisis Regresi Linear Berganda	110
Tabel 5. 49 Uji T Parsial	112
Tabel 5. 50 Uji F	114
Tabel 5. 51 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Struktur Rumah Makan Taragung Pekanbaru.....	39
Gambar 5. 1 Heteroskedastisitas Scatterplots.....	109



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan komersial dalam industri kuliner sangatlah ketat. Jika pengelola usaha kuliner tidak dapat memberikan sesuatu yang berbeda dari pesaing, pada akhirnya dapat mematikan layanan. Persaingan di industri makanan memang ketat, namun peluang bisnis ini tetap memberikan laba yang menjanjikan pada pelakunya. Namun sebelum melakukan bisnis sebaiknya melakukan observasi kelemahan, peluang dan ancaman untuk bisnis tersebut.

Sebagai pemilik bisnis kuliner, untuk menjalankan bisnis ini membutuhkan bantuan karyawan, karena tidak mudah berbisnis sendirian. Wirausahawan membutuhkan karyawan yang berpendidikan yang mudah berinteraksi dengan para pelanggan. Karena pendidikan yang rendah akan memiliki dampak pada kualitas pelayanan. Faktor pelayanan yang tidak menyenangkan dan tidak ramah akan memiliki dampak pada bagi bisnis, sehingga menjadi penyebab banyak tempat bisnis rumah makan yang tutup karena faktor pelayanan yang tidak ramah.

Persaingan bisnis yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing dengan para kompetitor lainnya di bidang yang sama. Wirausahawan yang ingin berkembang dalam berbisnis harus dapat memberikan produk yang dihasilkan harus berkualitas dan pelayanan yang memuaskan untuk para

pelanggannya sehingga akan memunculkan loyalitas pelanggan dalam pikiran pelanggan.

Kualitas produk merupakan faktor utama dalam berbisnis, kualitas merupakan hal penting untuk meningkatkan daya saing produk dalam berbisnis yang akan memberikan kepuasan pada pelanggan akan meningkatkan kualitas produk dari para kompetitor. Dengan demikian kualitas produk adalah suatu usaha dari pebisnis untuk memenuhi kepuasan pelanggannya dengan standar kualitas yang telah ditentukan sebelumnya. Kualitas merupakan suatu keadaan yang selalu berubah sesuai dengan berubahnya selera para pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Cronin dan Taylor, 2002). Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif pada pelanggan sehingga pelanggan akan puas dan loyal yang akan membuat pelanggan berminat kembali untuk membeli produk yang kita jual. Yang akan meningkatkan pendapatan. Bisnis yang bertahan dan berkelanjutan para pebisnis diminta mampu memberikan kepuasan pada pelanggan dari segi pelayanan yang baik sehingga pelanggan menjadi puas dan akan menjadi loyal sehingga menjadi pelanggan tetap.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan, harga merupakan faktor terpenting dalam berbisnis, wirausahawan harus memerhatikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) Harga merupakan pengorbanan yang diberikan berupa uang untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang harus

dikorbankan pelanggan atas manfaat dari menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan persaingan bisnis yang ketat pada zaman sekarang, wirausahawan harus memperhatikan faktor harga, karena tinggi rendahnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan wirausahawan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi pelanggan untuk membeli produknya. Supaya bisa bersaing di pasar, para wirausahawan harus memperhatikan harga dari para kompetitor sebagai pedoman dalam menentukan harga produknya. Maka dibutuhkan strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan supaya pelanggan merasa puas dan berminat datang kembali.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Rumah Makan Taragung Pekanbaru Periode agustus 2010 – agustus 2021

Bulan	Penjualan	Kenaikan/ penurunan Penjualan	Persentase
Agustus	Rp 80.796.000		
September	Rp 90.120.000	Rp 9.324.000	11,5%
Oktober	Rp 75.510.000	-Rp 14.610.00	-16,2%
November	Rp 78.101.000	Rp 2.591.000	3,4%
Desember	Rp 85.340.000	Rp 7.239.000	9,3%
Januari	Rp 81.290.000	-Rp 4.050.000	-4,7%

Februari	Rp 70.990.000	-Rp 10.300.000	-12,7%
Maret	Rp 65.100.000	-Rp 5.890.000	-8,3%
April	Rp 68.880.000	Rp 3.780.000	5,8%
Mei	Rp 79. 549.000	Rp 10.669.000	15,5%
Juni	Rp 75.490.000	-Rp 4.059.000	-5,1%
Juli	Rp 72.799.000	-Rp 2.691.000	-3,6%
Agustus 2021	Rp 78.450.000	Rp 5.651.000	7,76%

Sumber: data diambil dari Rumah Makan Taragung Pekanbaru

Tabel 1. 2 Menu Masakan Dan Masakan Favorit Rumah Makan Taragung
Pekanbaru

No	Nama Masakan
1.	Ayam saus
2.	Ayam kecap
3.	Ayam pop
4.	Ikan bakar
5.	Ayam cabe hijau
6.	Ayam gulai

7.	Lele goreng
8.	Asam pedas
9.	Ayam cabe merah
10.	Ikan bakar
11.	Gulai ikan patin
12	Telur dadar
	Nama Masakan Favorit
1.	Rendang Daging
2.	Dendeng
3.	Ayam Bakar
4.	cincang
5.	Gulai baung

Rumah makan taragung pekanbaru merupakan salah satu usaha dibidang kuliner di kota Pekanbaru. Rumah makan Taragung Pekanbaru mencakup kalangan mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga dan pegawai kantoran. Harga yang ditawarkan mudah dijangkau, harga lauknya saja adalah 16.000 per potongnya dan harga nasi ramas berkisar 20.000 sampai 25.0000 per bungkus sehingga bisa dinikmati dari berbagai kalangan. Pelayanan dirumah makan Taragung Pekanbaru sangat memuaskan mulai dari layanan karyawan yang

responsif. Rumah makan taragung Pekanbaru tempatnya nyaman dan bersih, peralatan makan yang disediakan bersih sehingga pengunjung nyaman. Rumah makan Taragung Pekanbaru tidak membuka cabang karena untuk mempertahankan kualitas produk. Rumah Makan Taragung Pekanbaru banyak dikunjungi pelanggan, apabila kita berkunjung jam 2 siang menu- menu favorite seperti dendeng dan cincang akan susah didapatkan karena sudah diburu pengunjung dan ketersediaan kursi tempat makan akan susah didapatkan karena ramainya pengunjung di jam istirahat makan siang. Menu- menu masakan yang tersedia memiliki cita rasa yang enak. Rumah Makan Targung Pekanbaru buka dari jam 06.00 dan tutup jam 20.00.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru”.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah makan Taragung Pekanbaru ?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan taragung pekanbaru ?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan rumah makan taragung pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi pemilik usaha, hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. sistematika Penulisan

Untuk memudahkan gambaran yang jelas mengenai penilaian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulis yang dibahas tiap-tiap bab.

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : Telaah Pustaka dan Hipotesis

Bab ini menggunakan teori-teori yang mendasari masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menjelaskan variabel penelitian serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, yaitu lokasi dan objek penelitian, operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tentang Rumah Makan Taragung Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian, deskripsi data penelitian dan pembahasan untuk menemukan jawaban atas masalah – masalah penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) mengemukakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai pada pihak lain.

Menurut Sedjati (2018) pemasaran adalah segala sesuatu aktivitas dalam penyampaian barang atau jasa para produsen pada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Sedangkan menurut Tjahjningsih dan Soliha (2015), pemasaran adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa dengan pihak lain. Sedangkan aktivitas yang dilakukan meliputi : pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, pembiayaan, penanganan resiko, perolehan informasi pasar, dan standarisasi.

2.2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan apa yang diharapkan oleh pelanggan .Bila suatu produk dapat menjalankan fungsi-

fungsinya dapat dikatakan sebagai produk memiliki kualitas yang baik.

Kebanyakan produk disediakan satu diantara empat tingkat kualitas, yaitu

- 1) Kualitas sangat baik
- 2) Kualitas baik
- 3) Kualitas rata-rata
- 4) Kualitas rendah

Faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut Tjiptono (2010) adalah

- 1) Keandalan (*Reliability*)
Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas bagi konsumen untuk memilih produk.
- 2) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*)
Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 3) Daya tahan (*Durability*)
Berkaitan berapa lama produk tersebut dapat digunakan yang baik.

2.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2010) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan

perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2010) mengemukakan bahwa sepuluh dimensi yang dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi tersebut adalah

1) Kendalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dengan akurasi yang tinggi.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

3) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, sopan santun dan kemauan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas

(*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

4) Bukti fisik (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, serta pengambilan pegawainya.

5) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan perhatian tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.4. Harga

Menurut Lupiyoadi (2011) strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai (*value*) kepada konsumen dan mempengaruhi citra (*image*) produk, serta kepuasan konsumen untuk membeli . Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketingchannels*. Akan tetapi paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran. Harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan

suatu barang atau jasa. Indikator harga menurut Stanton dalam Lembang (2010) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan.

2) Kesesuaian harga dan kualitas produk

Terlebih dahulu harga yang tercantum pada suatu produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berpikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah dibeli.

3) Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan produsen lain, pada jenis produk yang sama.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

2.5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2012) mengatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak merasa puas. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antarlain:

1) Faktor personal

Kebutuhan atau keinginan berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.

2) Faktor situasi

Penagalaman masalah ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

Teori Kepuasan Pelanggan yang secara kontinue dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Adanya perasaan yang lebih yang dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai. Beberapa model konseptual dan teori kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- 1) Expectancy Disconfirmation Model Model konsep ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih rendah dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan ketidakpuasan emosional (negatif disconfirmation). Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih tinggi dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan kepuasan emosional (positive disconfirmation).
- 2) Pelayanan yang diterima pelanggan sama dengan harapan pelanggan, hasilnya bukan kepuasan atau ketidakpuasan. Berdasarkan model ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik pelanggan itu sendiri

(pengalaman) dan pelayanan itu sendiri (harga dan karakteristik pelayanan).

- 3) Equity Theory Menurut, teori ini seseorang akan puas bila rasio hasil (outcome) yang perolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan fair atau adil. Dengan kata lain, perbandingan hasil yang diterima oleh pelanggan A harus sama dengan hasil yang diterima pelanggan B. Apabila kedua keadaan tersebut tidak sama maka pelanggan yang melakukan evaluasi terhadap pelayanan akan merasakan ketidakpuasan akibat ketidakadilan dari pemberi pelayanan.
- 4) Attribution Theory Attribution Theory mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain dan objek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi kepuasan purna belinya terhadap produk atau jasa tertentu, karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidakpuas. Terdapat tiga dimensi dalam teori tersebut yang terdiri dari:
 - a) Causala Attribution Pada dimensi ini, jika terjadi kesalahan, pelanggan menilai siapa pihak yang patut disalahkan. Jika pelanggan menyimpulkan bahwa perusahaanlah yang salah, maka mereka akan sangat mungkin merasa tidak puas. Sebaiknya apabila pelanggan membebaskan sebagian kesalahan pada diri mereka maka ketidakpuasan mereka cenderung berkurang. Control Attribution Dalam tipe ini pelanggan menilai apakah insiden ketidakpuasan dalam kendali pemasar atau tidak.

- b) **Stability Attribution** Bila terjadi service ecouter yang tidak memuaskan, pelanggan akan menilai apakah kejadian itu mungkin terjadi kembali atau tidak. Jika pelanggan menilai cenderung insiden itu bisa terulang lagi, maka ketidakpuasan bisa bertambah besar. **Experientally-Based Affective Feelings Model** ini berpendapat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi respon afektif (perasaan positif dan perasaan negatif) pada pelayanan.
- c) **Assimilation-Contrast Theory** Apabila pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan tidak terlalu berbeda dengan harapan pelanggan maka pelayanan tersebut akan diterima dan dievaluasi secara positif oleh pelanggan yakni dalam bentuk kepuasan pelanggan.
- d) **Opponent Process Theory Model** ini berusaha menjelaskan penyebab pengalaman konsumen yang awalnya sangat memuaskan cenderung kurang memuaskan setelah dievaluasi pada kejadian berikutnya. Apabila ada stimulus positif atau negatif yang mengganggu keseimbangan konsumen, maka proses sekunder akan berlangsung dan akhirnya pelanggan tersebut akan kembali ke kondisi semula. Emosi awal pelanggan terhadap pelayanan disebut proses primer dan proses berikutnya adalah proses adaptif (opponent process). Respon awal terhadap suatu pelayanan tidak mungkin meningkat seiring adanya pengulangan, opponent process akan menjadi semakin kuat sehingga ketertarikan pelanggan pada pelayanan tersebut akan melemah pada pengalaman berikutnya.

- 5) Model Anteseden dan Konsekuensi Pelanggan Anteseden pelanggan meliputi ekspektasi pelanggan (ekspektasi berperan sebagai standar pembandingan untuk pelayanan), kinerja atau pelayanan (performance), affect, dan equity. Konsekuensi pelanggan ada tiga kategori, yaitu perilaku komplain, negative of-mouth dan minat pembelian ulang.

Indikator yang terkait dengan kepuasan pelanggan yaitu :

1. Terpenuhinya harapan konsumen
2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
4. Kualitas layanan
5. Loyal
6. Reputasi yang baik
7. Lokasi Hipotesis

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Nova Mardiana Muntiasopo	2016	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan	Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Berperngaruh signifikan

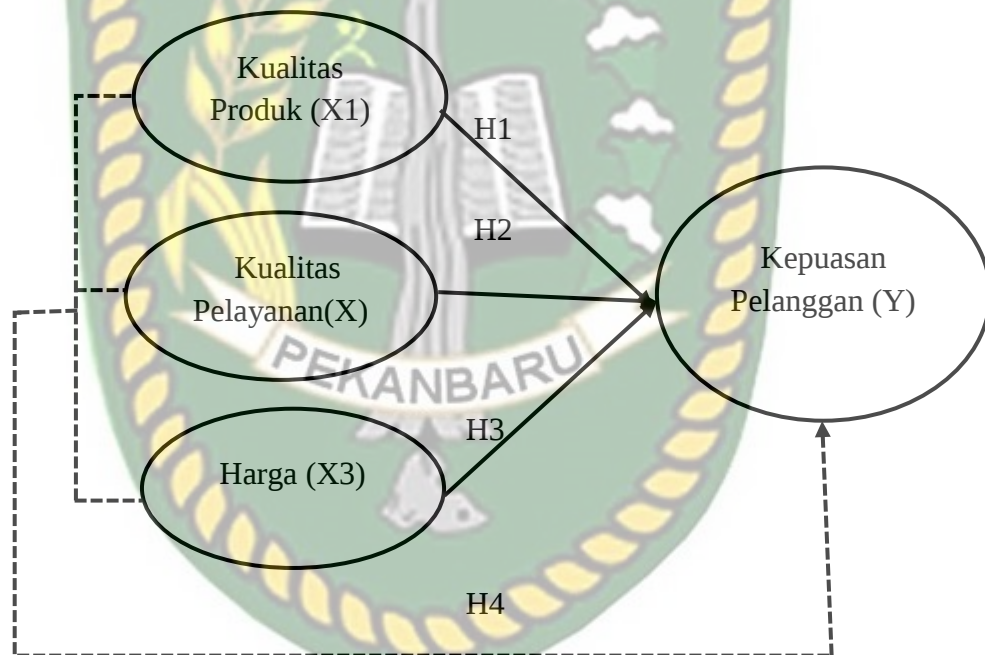
			Zam-Zam	Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Zam-Zam
2.	Fidya Pangestika	2018	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran D'java Steak Purwokerto	Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing-masing mempunyai pengaruh yang simultan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran d'java steak purwokerto
3.	Aidatus Sa'adah	2018	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan	Harga, kualitas pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan

			Istana Lesehan Tulung Agung	terhadap kepuasan konsumen Pada Warung Makan Istana Lesehan Tulung Agung
4.	Bambang Adi Kusumo	2019	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Jaya Barokah Seberang Ulu I Palembang	Kualiatas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Jaya Barokah Seberang Ulu I Palembang
5.	Fitriananur	2020	Pengaruh Harga, Kualitas	Penagaruh Harga,

			Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Dapur M'riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi	Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Dapur M'riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
6.	Nurul Qomariah	2020	Pengaruh Kualiatas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Restoran Sederhana Indralaya	Kualiatas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

				kepuasaan
				pelanggan
				Restoran
				Sederhana
				Indralaya

2.7. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : adaptasi dari berbagai sumber seperti windarti dan ibrahim(2017), Ningrum(2016), Tiptono(2016), Rizki dan Aris (2019),Inka dan Hndra (2021), yang diolah untuk penelitian ini 2021.

Keterangan :

→ : penengaruh secara parsial

---→ : pengaruh secara simultan

2.8. Hipotesis

a. Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

H1 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan taragung pekanbaru

b. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

H2: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelangan di rumah makan taragung pekanbaru.

c. Harga dan Kepuasan Pelanggan

H3: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan taragung pekanbaru.

d. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan

H4: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan taragung pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Rumah makan Taragung di jln Hangtuah Ujung N0.37, Sumahilang, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau.

3.2. Operasional Variabel Penelitian

variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen

a. Variabel dependen (terikat)

Variabel dependen dalam penelitian adalah kepuasan pelanggan di rumah makan taragung Pekanbaru.

b. Variabel Independen (bebas)

variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayan dan harga

Berikut akan dijelaskan mengenai definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan taragung Pekanbaru.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan(Y)	perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspetasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspetasi, pelanggan akan tidak merasa puas.	a. Kesesuaian harapan	1. Makanan yang di jual sesuai selera konsumen 2. Karyawan memberikan pelayanan yang baik 3. Fasilitas pengunjung seperti tempat sholat tersedia sesuai harapan pengunjung	Ordinal
		b. Minat berkunjung	4. Berminat untuk	Ordinal

		kembali	berkunjung kembali karena makanan nya enak	
			5. Berminat kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	
			6. Berminat kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	
		c. Kesiediaan merekomendas	7. Merekomend asikan rumah	Ordinal

		ikan	makan ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak 8. Merekomend asikan rumah makan ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik 9. Merekomend asikan rumah makan ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan	
--	--	------	---	--

			memadai	
Kualitas produk(X 1)	Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.	a. Daya tahan (durability)	1. Menyajikan makanan yang masih baru dan segar 2. Menyajikan makanan yang tidak mudah basi	Ordinal
		b. Kesesuaian dengan spesifikasi	3. Rasa produk yang enak 4. Produk yang di jual halal	Ordinal
		c. Keandalan (reliability)	5. Produk yang higienis 6. Komposisi yang digunakan dalam produk aman dan sehat 7. Banyaknya pilihan menu	Ordinal

Kualitas pelayanan(X2)	Kualiatas layanan memcerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibanding ekspetasi pelanggan.	a. Kehandalan (reability)	1. Karyawan rumah makan taragung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian	Ordinal
		b. Daya tanggap (responsiveness)	2. Karyawan segera melayani anda saat berkunjung 3. Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan 4. Karyawan selalu ada ketika	Ordinal

			dibutuhkan	
		c. Jaminan (assurance)	5. Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung 6. Makanan yang disajikan sama dengan menu yang ditawarkan	Ordinal
		d. Empati (emphaty)	7. Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan	Ordinal

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

			pelayanan pada pengunjung 8. Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membeda- bedakan pelanggan	
		e. Bukti fisik (tangible)	9. Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih 10. Peralatan yang digunakan bersih	Ordinal

Harga(X3)	Jumlah yang ditagih atas suatu produk atau jasa	a. Keterjangkauan harga	1. Harga makanannya terjangkau	Ordinal
		b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2. Harga sesuai dengan daya beli konsumen 3. Harga sesuai kualitas rasa 4. Harga sesuai kuantitas(porsi)	Ordinal
		c. Daya saing harga	5. Harga rumah makan ini lebih murah 6. Harga makanan yang disajikan lebih ekonomis	Ordinal

		d. Kesesuain harga dengan manfaat	7. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan 8. Harga sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan	Ordinal
--	--	---	---	---------

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diambil langsung dari responden dengan menggunakan kuisioner.

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Rumah Makan Taragung Pekanbaru. Pengambilan sampel berdasarkan setiap kedatangan pengunjung yang berkunjung ke Rumah Makan Taragung Pekanbaru sampel yang

dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling incidental*.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data subjek. Data subjek adalah jenis data berupa opini, sikap, pengalaman dan karakteristik seseorang atau kelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden), Indrianto dan Supomo

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen yang diambil sebagai alat ukur variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan $\alpha = 0,005$) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan data dari 100 Untuk dapat melihat kevalidan kuisioner yang peneliti gunakan dapat dilihat melalui tabel responden. Diketahui $N = 100$ dan $\alpha = 5\%$ maka $r_{tabel}(5\%, 100-2) = 0.1946$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *cronbach's alpha* dengan melihat *reliability statistic* dengan menggunakan data dari 100 responden. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach's alpha* ≥ 0.60 .

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat signifikan pada tabel *kolmogrov-smirnov*. Jika nilai signifikan lebih besar sama dengan 0,05 berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Maka variabel bebas yang berkolinear dapat dihilangkan, model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Statistik pada uji ini untuk mengetahui gangguan multikolinearitas, dimana *marking mix* dalam model regresi, tidak terjadi hubungan yang sempurna antara variabel (multikolinearitas) karena $VIF < 10$ dan $tolerance < 1$

3. Uji Heterokodastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan untuk menunjukkan varian variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Suatu variabel dikatakan tidak terjadi

heterokedastitas apabila angka signifikasi > daripada 0,05 dan dilihat dari *Scatter-plots*, apabila titik – titik pada *Scatter-plots* menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol atau bagian bawah nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastitas.

4. Analisis regresi linear berganda

Persamaan regresi dalam penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas (X_2), Kualitas (X_3) terhadap minat beli (Y).

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = *constant*

B_1 = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

B_2 = Koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

B_3 = Koefisien regresi antara harga dengan kepuasan pelanggan

X_1 = Variabel Kualitas Produk

X_2 = Variabel Kualitas Pelayanan

X_3 = Variabel Harga

e = *error disturbances*

3.6.3. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Parsial (T)

Uji T parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial digunakan uji statistik (Uji-T). Uji statistik ini dilakukan dengan melihat taraf signifikan (p value), jika taraf signifikan memiliki nilai perhitungan dibawah (lebih besar) dari 0.050 maka hipotesis di tolak.

Adapun tanda (-) atau (+) dari beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negatif. Artinya akan menurunkan kepuasan pelanggan dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Uji Hipotesis Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan. Bila dihitung hasil $\text{sig} < 0,050$.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependennya. Nilai R^2 mendekati satu variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Rumah Makan Taragung Pekanbaru

Rumah makan taragung pekanbaru berdiri sejak tahun 70 yang dimiliki oleh pak jhon Rizal. Rumah makan Taragung Pekanbaru terletak di jln Hangtuah Ujung N0.37, Sumahilang, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau. Rumah makan taragung pekanbaru bertahan sampai sekarang karena selalu memperhatikan segi menu yang beragam, cara memasak, bahan- bahan yang digunakan, bumbu- bumbu dan peralatan makan yang digunakan. Dalam menjaga kepuasan pelanggan, rumah makan taragung selalu menjaga kualitas makanan yang disajikan setiap harinya.

4.2. Visi Dan Misi Rumah Makan Taragung Pekanbaru

3.6.1. Visi Rumah Makan Taragung Pekanbaru :

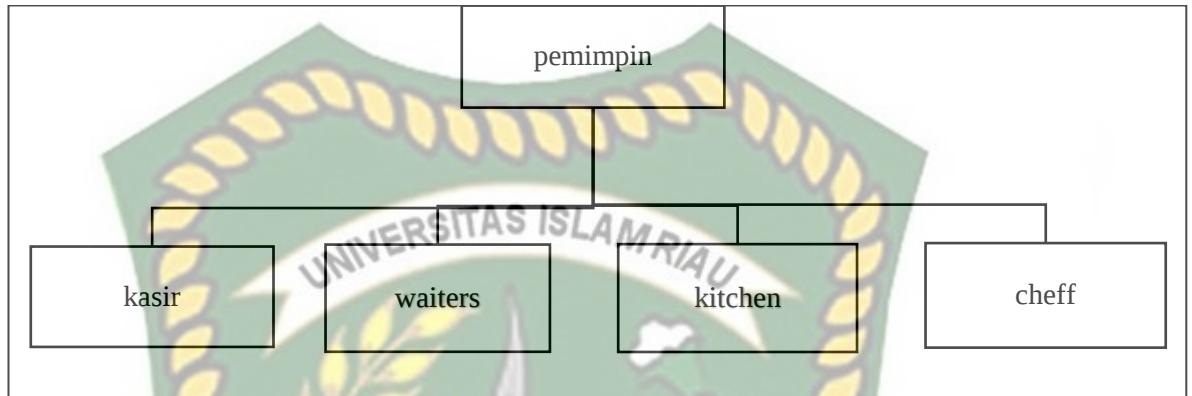
1. Menjadi rumah makan yang handal dalam manajemen restoran
2. Mewujudkan rumah makan taragung pekanbaru sebagai rumah makan tradisional berciri khas minang

4.2.2. Misi Rumah Makan Taragung Pekanbaru :

1. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun baik produk maupun pelayanan
2. Mengembangkan inovasi – inovasi baik dalam produk maupun pelayanan
3. Menambahkan keterampilan dan pengetahuan pada karyawan.

5.2. Struktur Organisasi

Gambar 4. 1 Struktur Rumah Makan Taragung Pekanbaru



BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1. Identifikasi Responden

Identitas responden merupakan salah satu penilaian dari peneliti kepada pelanggan yang bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana dan dari identitas man yang peneliti lakukan sebagai responden dalam penelitian ini. Adapun identitas responden peneliti lakukan adalah jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

1. Identifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 5. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	46	46 %
2	Laki-laki	54	54 %
	jumlah	100	100 %

Sumber : Data olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 100 orang responden. Dari tabel tersebut yang berjenis kelamin perempuan 46 atau 46% dan pelanggan yang berjenis kelamin

laki-laki berjumlah 54 atau 54 %. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, laki – laki yang lebih banyak pelanggan rumah makan taragung pekanbaru.

2. Identifikasi Berdasarkan Pendidikan Responden

Tabel 5.

2

No	Pendidikan terakhir responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	1	1 %
2	SMP	1	1 %
3	SMA	43	43 %
4	Perguruan Tinggi	55	55 %
	Jumlah	100	100 %

Pendidikan Terakhir Responden

Sumber : Data olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.2 diatas dapat diketahui identitas responden berdasarkan jenis pendidi terakhir yang berjumlah 100 orang responden. Dari tabel tersebut yang berpendidikan terakhir SD adalah 1 orang responden atau 1 % , SMP adalah 1 orang responden atau 1 %, SMA adalah 43 orang responden atau 43 % dan perguruan tinggi 55 orang responden. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan terakhir perguruan tinggi. Responden yang dalam penelitian ini banyak berpendidikan terkhir perguruan tinggi karena ruamh makan taragung pekanbaru terletak sekitar masyarakat yang berpendidikan.

3. Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	10	10 %
2	Karyawan	45	45 %
3	Wiraswasta	17	17 %
4	Mahasiswa	10	10 %

5	Dan Lain-Lain	18	18 %
	Jumlah	100	100 %

Tabel 5. 3 Jenis Pekerjaan Responden



Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan yang berjumlah 100 orang responden. Dari tabel tersebut yang bekerja sebagai PNS adalah 10 orang responden atau 10 % , bekerja sebagai karyawan adalah 45 orang responden atau 45 %, bekerja sebagai wiraswasta adalah 17 orang responden atau 17 %, bekerja sebagai mahasiswa adalah 10 Orang responden atau 10 % dan bekejasa lain- lain adalah 18 orang responden atau 18 % . Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah bekerja sebagai karyawan. Rumah makan taragung pekanbaru terlertak pada lokasi perdagangan sehingga pelanggannya banyak karyawan.

5.1.2. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen yang diambil sebagai alat ukur variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (uji dua sisi dengan sig 0,005) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan data dari 100 Untuk dapat melihat kevalidan kuisioner yang peneliti gunakan dapat dilihat melalui tabelresponden. Diketahui $N = 100$ dan $\alpha = 5\%$ maka $r_{\text{tabel}} (5\%, 100-2) = 0,1946$

A. Kualitas Produk

Tabel 5. 4 Uji Validitas Kualitas Produk

Item	r hitung	r tabel	keterangan
X1.1	0,665	0,1946	Valid
X1.2	0,800	0,1946	Valid
X1.3	0,710	0,1946	Valid
X1.4	0,765	0,1946	Valid
X1.5	0,818	0,1946	Valid
X1.6	0,692	0,1946	Valid
X1.7	0,776	0,1946	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas seluruh item kualitas produk dalam uji validitas dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar daripada r tabel 0,1946

B. Kualitas Pelayanan

Tabel 5. 5Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0,734	0,1946	valid
X2.2	0,744	0,1946	valid
X2.3	0,704	0,1946	valid
X2.4	0,804	0,1946	valid
X2.5	0,731	0,1946	valid
X2.6	0,640	0,1946	valid
X2.7	0,723	0,1946	valid
X2.8	0,707	0,1946	valid
X2.9	0,723	0,1946	valid
X2.10	0,725	0,1946	valid

Sumber : Data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas seluruh item kualitas pelayanan dalam uji validitas dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar daripada r tabel 0,1946.

C. Harga

Tabel 5. 6 Uji Validitas Harga

Item	r hitung	r tabel	keterangan
X3.1	0,663	0,1946	valid
X3.2	0,802	0,1946	valid
X3.3	0,757	0,1946	valid
X3.4	0,800	0,1946	valid
X3.5	0,796	0,1946	valid
X3.6	0,786	0,1946	valid
X3.7	0,760	0,1946	valid
X3.8	0,734	0,1946	valid

Sumber : Data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas seluruh item harga dalam uji validitas dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar daripada r tabel 0,1946

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis crobach's alpha dengan melihat reliability statistic dengan menggunakan data dari 100 responden. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan cronbach's alpha $\geq 0,60$.

Tabel 5. 7 Uji Reliabilitas

variabel	Cronbach's alpha	Batas reliabilitas	status
Kepuasan Pelanggan	0,886	0,060	reliable
Kualitas Produk	0,868	0,060	reliable
Kualitas Pelayanan	0,899	0,060	reliable
Harga	0,897	0,060	reliable

Sumber : Data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas diketahui mengenai uji reliabilitas yang terlihat nilai kepuasan pelanggan (Y) besar dibandingkan dengan batas reliable ($0,868 \geq 0,060$), nilai uji reliabilitas kualitas produk (X1) lebih besar dibandingkan dengan batas reliable ($0,868 \geq 0,060$), nilai uji reliabilitas kualitas pelayanan (X2) lebih besar dibandingkan dengan batas reliable ($0,899 \geq 0,060$) dan begitu juga dengan nilai uji reliabilitas harga (X3) lebih besar dibandingkan batas reliable ($0,897 \geq 0,060$). Artinya semua keseluruhan item pada variabel kepuasan pelanggan, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dikatakan reliable dan layak digunakan.

5.1.3. Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2012) mengatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Dalam hal ini

penelitian menggunakan beberapa dimensi. Yaitu dimensi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

A. Dimensi Kesesuaian Harapan

Tabel 5. 8 Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada Rumah makan taragung pekanbaru karena makanan yang di jual sesuai selera pelanggan

No	Jawaban responden	frekuensi	Persen
1	Sangat setuju	29	29 %
2	Setuju	60	60 %
3	Kurang setuju	11	11 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.8 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 60 orang dengan persentase (60%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 29 dengan persentase (29%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang dengan persentase (11%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya puas pada Rumah makan taragung pekanbaru karena makanan yang di jual sesuai selera pelanggan. Artinya pelanggan puas karena makanan sesuai selera pelanggan.

Tabel 5. 9 Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karena karyawan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	26	26 %
2	setuju	61	61 %
3	Kurang setuju	13	13 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

memberikan pelayanan yang baik

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.9 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 61 orang dengan persentase (61%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 19 dengan persentase (19%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 13 orang dengan persentase (13 %), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karena karyawan memberikan pelayanan yang baik. Artinya pelanggan puas karena pelayanan yang diberikan rumah makan baik.

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	19	19 %
2	Setuju	61	61 %

Tabel 5. 10

3	Kurang setuju	20	20 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Tanggapan responden atas pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karena tersedia tempat sholat

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.10 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 61 orang dengan persentase (61%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 20 dengan persentase (20%), selanjutnya jawaban setuju sebanyak 13 orang dengan persentase (13 %), sedangkan jawaban

tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya puas pada rumah makan taragung pekanbaru karenatersedianya tempat sholat. Artinya pelanggan puas karena ketersediaan tempat sholat di rumah makan taragung pekanbaru.

B. Dimensi Minat Berkunjung Kembali

Tabel 5. 11 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berminat berkunjung kembali pada rumah makan taragung pekanbaru karena makannya enak

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	24	24 %
2	setuju	53	53 %
3	Kurang setuju	23	23 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.11 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 53 orang dengan persentase (53%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 24 dengan persentase (24%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23 %), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya berminat berkunjung kembali pada rumah makan targung pekanbaru karena makanannya enak. Artinya pelanggan puas karena makanannya enak pada rumah makan taragung pekanbaru.

tabel 5. 12 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berkunjung kembali karena

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	27	27 %
2	setuju	51	51 %
3	Kurang setuju	22	22%
4	Tidak setuju		
5	Sangat tidak setuju		
total		100	100 %

pelayanan yang diberikan memuaskan



Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 51 orang dengan persentase (51%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 27 dengan persentase (27%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 22 orang dengan persentase (22 %), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya berminat berkunjung kembali pada rumah makan targung pekanbaru karena pelayanan yang diberikan memuaskan. Artinya pelanggan puas karena pelayanan yang diberikan memuaskan pada rumah makan taragung pekanbaru.

tabel 5. 13 Tanggapan responden atas pernyataan saya berminat berkunjung

kembali

karena

Fasilitas

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	21	21 %
2	setuju	57	57 %
3	Kurang setuju	22	22 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

penunjang yang memadai

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.13 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 57 orang dengan persentase (57%), setelah itu jawaban sangat kurang setuju sebanyak 22 dengan persentase (22%), selanjutnya jawaban setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21 %), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya berminat berkunjung kembali pada rumah makan targung pekanbaru karena fasilitas penunjang memadai. Artinya pelanggan puas karena fasilitas penunjang yang memadai.

C. Dimensi Ketersediaan Merekomendasikan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	25	25 %
2	setuju	54	54 %

Tabel 5. 14

3	Kurang setuju	21	21 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena makanan yang dihidangkan sangat enak

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.14 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 54 orang dengan persentase (54%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 25 orang dengan persentase (25%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21 %), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung

pekanbaru kepada teman saya karena makanan yang dihidangkan sangat enak.

Artinya pelanggan puas karena makanan yang dihidangkan sangat enak.

Tabel 5. 15 Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena pelayanan yang diberikan baik

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	28	28%
2	setuju	53	53%
3	Kurang setuju	18	18%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.15 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 53 orang dengan persentase (53%), setelah itu jawaban sangat sangat setuju sebanyak 28 orang dengan persentase (28%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18 %), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau (1%) dan sangat tidak setuju

tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan targung pekanbaru kepada teman saya karena pelayanan yang diberikan baik. Artinya pelanggan puas karena pelayanan yang diberikan baik pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 16 Tanggapan responden atas pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan taragung pekanbaru kepada teman saya karena fasilitas yang di sediakan memadai

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persen
1	Sangat setuju	23	23%
2	setuju	57	57%
3	Kurang setuju	19	19%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.16 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 57 orang dengan persentase (57%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19 %), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan saya merekomendasikan pada rumah makan targung pekanbaru kepada teman saya karena fasilitas yang disediakan memadai. Artinya pelanggan puas karena fasilitas yang disediakan memadai pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pealanggan (Y)

No	Indikator	SS	S	KS	TS	STS	SKOR
		5	4	3	2	1	
1.	Makanan yang di jual sesuai selera pelanggan	29	60	11			
	Bobot nilai	145	240	33			418
2.	Karyawan memberikan pelayanan yang baik	26	61	13			

	Bobot nilai	130	244	39			413
3.	Fasilitas pengunjung seperti tempat sholat tersedia sesuai harapan pengunjung	19	61	20			
	Bobot nilai	95	244	60			399
4.	Berminat untuk berkunjung kembali	24	53	23			
	Bobot nilai	120	212	69			401
5.	Berminat kembali karena pelayanan diberikan memuaskan	27	51	22			
	Bobot nilai	135	204	66			405
6.	Berminat kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	21	57	22			
	Bobot nilai	105	228	66			399
7.	Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena makanan yang	25	54	21			

	dihidangkan sangat enak						
	Bobot nilai	125	216	63			404
8.	Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik	28	53	18			
	Bobot nilai	140	212	54			406
9.	Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai	23	57	19	1		
	Bobot nilai	115	228	57	2		402
	Skor total						3647
	Skor tertinggi						418
	Skor terendah						399

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.17 variabel kepuasan pelanggan dapat diketahui hasil rekapitulasi skor tertinggi terdapat pada indikator Makanan yang di jual sesuai selera pelanggan dengan skor 418 yang artinya makanan yang disajikan di rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan keinginan pelanggan yang disajikan.

Sedangkan skor paling rendah terdapat pada indikator Fasilitas pengunjung seperti tempat sholat tersedia sesuai harapan pengunjung dan Berminat kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai dengan skor 399 artinya rumah makan taragung pekanbaru fasilitas yang disediakan kurang memadai dan minat berkunjung kembali yang rendah.

Untuk mengetahui skor ideal untk keseluruhan jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut :

Skor maksimal : item x bobot tertinggi x responden

$$9 \times 5 \times 100 = 4500$$

Skor minimal : $9 \times 1 \times 100 = 900$

Rata – rata : $\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{5}$

$$\frac{45000 - 900}{5}$$

5

720

Untuk mengetahui kategori variabel kepuasan pelanggan (Y) pada rumah makan taragung pekanbaru dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat baik : 3783 - 4503

baik : 3062 - 3782

cukup baik : 2342 - 3061

kurang baik : 1621 – 2341

tidak baik : 900 - 1620

Berdasarkan informasi diatas dapat di ketahui bahwa jawaban responden secara keseluruhan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah setuju. Dengan nilai skor 3647 berada diantara skor 3062 – 3782. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahawa kepuasan pelanggan dalam kategori sudah baik.

1) Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah secara keseluruhan kualitas atau keunggulan dari sebuah produt ataupun jasa sesuai yang diharapkan pelanggan.

A. Daya Tahan (*Durability*)

Tabel 5. 18 Tanggapan responden atas pernyataan pada rumah taragung pekanbaru menyajikan makanan yang masih baru dan segar

No	Jawaban responden	Frekuensi	persen
1	Sangat setuju	37	37%
2	setuju	50	50%
3	Kurang setuju	13	13%
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-

total	100	100 %
--------------	-----	-------

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.18 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 50 orang dengan persentase (50%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 37 orang dengan persentase (37%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 13 orang dengan persentase (13%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan pada rumah makan taragung pekanbaru menyajikan makanan yang masih baru dan segar. Artinya penyajian makanan yang masih baru dan segar akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	29	29 %
2	setuju	51	51%
3	Kurang setuju	18	18%

Tabel 5. 19

4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Tanggapan responden atas pernyataan makanan pada rumah taragung pekanbaru menyajikan makanan yang tidak mudah basi

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.19 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 51 orang dengan persentase (51%), setelah itu jawaban sangat sangat setuju sebanyak 29 orang dengan persentase (29%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2%) dan

sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan makanan pada rumah makan taragung pekanbaru menyajikan makanan yang tidak mudah basi. Artinya penyajian makanan yang tidak mudah basi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

B. Kesesuaian dengan spesifikasi

Tabel 5. 20 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	23	23 %
2	Setuju	60	60 %
3	Kurang setuju	17	17%
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

pekanbaru sangat enak



Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.20 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 60 orang dengan persentase (60%), setelah itu jawaban sangat sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 17 orang dengan persentase (17%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sangat enak. Artinya penyajian makanan yang sangat enak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 21 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang dijual pada

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	28	28 %
2	Setuju	50	50 %
3	Kurang setuju	22	22 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

rumah makan taragung pekanbaru halal

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.21 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 50 orang dengan persentase (50%), setelah itu jawaban sangat sangat setuju sebanyak 28 orang dengan persentase (28%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 22 orang dengan persentase (22%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan makanan yang dijual pada rumah makan taragung pekanbaru halal. Artinya penyajian makanan hala yang dijual akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

C. Dimensi keandalan (*reliability*)

Tabel 5. 22 Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang sajikan pada rumah makan taragung pekanbaru higienis

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	20	20 %
2	setuju	56	56 %
3	Kurang setuju	23	23 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.22 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 56 orang dengan persentase (56%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%), selanjutnya

jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (20%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru higienis. Artinya penyajian makanan yang higienis akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 23 Tanggapan responden atas pernyataan komposisi makanan yang digunakan dalam makanan pada rumah makan taragung pekanbaru aman dan sehat

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	23	23 %
2	setuju	58	58 %
3	Kurang setuju	18	18 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.23 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 58 orang dengan persentase (58%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan komposisi yang digunakan dalam makanan pada rumah makan taragung pekanbaru aman dan sehat. Artinya komposisi yang digunakan pada makanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 24 Tanggapan responden atas banyak pilihan menu pada rumah makan taragung pekanbaru

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	20	20 %

2	setuju	53	53 %
3	Kurang setuju	25	25 %
4	Tidak setuju	2	2 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.24 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 53 orang dengan persentase (53%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 25 orang dengan persentase (25%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (20%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan banyaknya pilihan menu pada rumah makan taragung pekanbaru. Artinya banyaknya pilihan menu pada makanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 25 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Indikator	SS	S	KS	TS	STS	SKOR

		5	4	3	2	1	
1.	Menyajikan makanan yang masih baru dan segar	37	50	13			
	Bobot nilai	185	200	39			424
2.	Menyajikan makanan yang tidak mudah basi	29	51	18	2		
	Bobot nilai	145	204	54	4		407
3.	Rasa produk yang enak	23	60	17			
	Bobot nilai	115	240	51			406
4.	Produk yang dijual halal	28	50	22			
	Bobot nilai	140	200	66			406
5.	Produk yang higienis	20	56	23	1		
	Bobot nilai	100	224	69			393
6.	Komposisi yang digunakan dalam produk aman dan sehat	23	58	18	1		

	Bobot nilai	115	232	54	2		403
7.	Banyaknya pilihan menu	20	53	25	21		
	Bobot nilai	100	212	75	42		429
	Skor total						2868
	Skor tertinggi						429
	Skor terendah						393

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.25 variabel kualitas produk dapat diketahui hasil rekapitulasi yang skor tertinggi terdapat pada indikator banyaknya pilihan menu dengan skor 429 artinya rumah makan taragung pekanbaru menyediakan banyak pilihan variasi menu. Sedangkan skor paling rendah terdapat pada indikator produk yang higienis dengan skor 393 artinya responden tidak terlalu menjadikan kehigienisan makanan sebagai penilaian utama untuk menentukan kualitas produk di rumah makan taragung pekanbaru.

Dan untuk mengetahui skor ideal untuk mengetahui keseluruhan jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini :

Skor maksimal : item x bobot tertinggi x responden

$$7 \times 5 \times 100 = 3500$$

Skor minimal : $7 \times 1 \times 100 = 700$

Rata – rata : $\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{5}$

$$\frac{35000 - 700}{5}$$

5

560

Untuk mengetahui kategori variabel Kualitas Produk (X1) pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru dapat ditentukan seperti dibawah ini :

Sangat baik : 2944 - 3504

baik : 2383 - 2943

cukup baik : 1822 - 2382

kurang baik : 1261 – 1821

tidak baik : 700 - 1260

Berdasarkan informasi diatas dapat di ketahui bahwa jawaban responden secara keseluruhan pada variabel Kualitas Produk (X1) adalah setuju. Dengan nilai skor 2868 berada diantara skor 2383 - 2943. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahawa kualitas produk dalam kategori sudah baik.

2) Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pelanggan yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

A. Kehandalan (*Reability*)

Tabel 5. 26 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	23	23 %
2	Setuju	53	53 %
3	Kurang setuju	24	24 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.26 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 53 orang dengan persentase (53%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (24%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian. Artinya pelayanan yang cepat dalam

penyajian akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 27 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru segera melayani anda saat berkunjung

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	12	12 %
2	setuju	56	56 %
3	Kurang setuju	31	31 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.27 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 56 orang dengan persentase (56%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 31 orang dengan persentase (31%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang dengan persentase (12%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru segera melayani saat anda berkunjung. Artinya pelayanan yang cepat dalam melayani anda saat berkunjung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

B. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 5. 28 Tanggapan responden atas pernyataan anda tidak perlu lama mengantri pada rumah makan taragung pekanbaru dalam memesan makanan berkunjung

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	15	12 %
2	setuju	63	63 %
3	Kurang setuju	21	21 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.28 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 63 orang dengan persentase (63%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang dengan persentase (15%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan anda tidak terlalu lama mengantri pada rumah makan taragung pekanbaru dalm memesan makanan. Artinya tidak lama mengantri saat pemesanan makanan saat berkunjung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 29 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu ada ketika di butuhkan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	19	19 %
2	Setuju	56	56 %
3	Kurang setuju	24	24 %
4	Tidak setuju	1	1 %

5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.29 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 56 orang dengan persentase (56%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (24%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu ada ketika dibutuhkan. Artinya ketanggapan karyawan yang selalu ada ketika dibutuhkan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

C. Dimensi jaminan (*assurance*)

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	14	14 %

2	Setuju	64	64 %
3	Kurang setuju	21	21 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Tabel 5.
30
Tanggap
an
respond
en atas
pernyata

an cita rasa menu yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu
sama setiap kali anda berkunjung

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.30 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 64 orang dengan persentase (64%), setelah itu

jawaban kurang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang dengan persentase (14%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan cita rasa menu yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru selalu sama setiap kali anda berkunjung. Artinya cita rasa menu yang selalu sama setiap kali pelanggan berkunjung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 31Tanggapan responden atas pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sama dengan menu yang ditawarkan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	33	33 %
2	Setuju	56	56 %
3	Kurang setuju	11	11 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-

Total	100	100 %
--------------	------------	--------------

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.31 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 56 orang dengan persentase (56%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 33 orang dengan persentase (33%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang dengan persentase (11%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sama dengan menu yang ditawarkan. Artinya makanan yang disajikan sama dengan menu yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

D. Dimensi Empati (*Emphaty*)

Tabel 5. 32 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	24	24 %
2	Setuju	58	58 %
3	Kurang setuju	18	18 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.32 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 58 orang dengan persentase (58%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (24%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung. Artinya pelayanan dengan senyum saat melayani pengunjung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 33 Tanggapan responden atas pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru pelayanan yang sama tanpa membeda – bedakan pelanggan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	15	15 %
2	setuju	63	63 %
3	Kurang setuju	21	21 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.33 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 63 orang dengan persentase (63%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang dengan persentase (15%), sedangkan jawaban tidak setuju seebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan karyawan pada rumah makan taragung pekanbaru pelayanan yang sama tanpa membeda – bedakan pelanggan. Artinya pelayanan yang sama

tanpa membeda – bedakan pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 34 Tanggapan responden atas pernyataan ruangan dan meja yang tersedia pada rumah makan taragung pekanbaru bersih

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	22	22 %
2	Setuju	60	60 %
3	Kurang setuju	18	18 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.34 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 60 orang dengan persentase (60%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 22 orang dengan persentase (22%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan ruangan dan meja yang tersedia pada rumah makan taragung pekanbaru bersih. Artinya kebersihan ruangan dan meja akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 35 Tanggapan responden atas pernyataan peralatan yang digunakan pada rumah makan taragung pekanbaru bersih

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	20	20 %
2	Setuju	57	57 %
3	Kurang setuju	22	22 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.35 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 57 orang dengan persentase (57%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 22 orang dengan persentase (22%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (20%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak

setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan peralatan yang digunakan pada rumah makan taragung pekanbaru bersih. Artinya kebersihan peralatan yang digunakan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 36 Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X2)

No	Indikator	SS	S	KS	TS	STS	SKOR
		5	4	3	2	1	
1.	Karyawan rumah makan taragung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian	23	53	24			
	Bobot nilai	115	212	72			399
2.	Karyawan segera melayani anda saat berkunjung	12	56	31	1		

	Bobot nilai	60	224	93	2		379
3.	Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan	15	63	21	1		
	Bobot nilai	75	252	63	2		392
4.	Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan	19	56	24	1		
	Bobot nilai	80	224	72	2		378
5.	Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung	14	64	21	1		
	Bobot nilai	70	256	63	2		391
6.	Makanan yang disajikan sama dengan menu menu yang ditawarkan	33	56	11			
	Bobot nilai	165	224	33			422
7.	Karyawan ramah dan	24	58	18			

	selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung						
	Bobot nilai	120	232	54			406
8.	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan – bedakan pelanggan	15	63	21	1		
	Bobot nilai	75	252	63	2		392
9.	Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih	22	60	18			
	Bobot nilai	110	240	54			404
10.	Peralatan yang digunakan bersih	20	57	22	1		
	Bobot nilai	100	228	66	2		396

	Skor total	3959
	Skor tertinggi	422
	Skor terendah	378

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.36 variabel kualitas pelayanan dapat diketahui hasil rekapitulasi yang skor tertinggi terdapat pada indikator Makanan yang di sajikan sama dengan menu yang ditawarkan dengan skor 422 artinya rumah makan taragung pekanbaru menyajikan makan yang konsisten sesuai dengan menu yang ditawarkan. Sedangkan skor paling rendah terdapat pada indikator karyawan selalu ada ketika di butuhkan dengan skor 378 artinya karyawan rumah makan taragung pekanbaru kurang kurang tanggap dan cepat ketika di panggil atau dibutuhkan pelanggan.

Dan untuk mengetahui skor ideal untk keseluruhan jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini :

Skor maksimal : item x bobot tertingi x responden

$$10 \times 5 \times 100 = 5000$$

Skor minimal : $10 \times 1 \times 100 = 1000$

Rata – rata : skor maksimal – skor minimal

5

$$\underline{5000 - 1000}$$

5

800

Untuk mengetahui kategori variabel kualitas pelayanan (x2) pada rumah makan taragung pekanbaru dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat baik	: 4804 - 5804
baik	: 3803 - 4803
cukup baik	: 2802 - 3802
kurang baik	: 1801 - 2801
tidak baik	: 1000 - 1800

Berdasarkan informasi diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden secara keseluruhan pada variabel kualitas pelayanan (x2) adalah setuju. Dengan nilai skor 3959 berada diantara skor 3803 - 4803. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam kategori sudah baik.

3) Analisis Deskriptif Harga (X3)

Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai (*value*) kepada konsumen dan mempengaruhi citra (*image*) produk, serta kepuasan konsumen untuk membeli.

A. Dimensi Keterjangkauan Harga

Tabel 5. 37 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru terjangkau

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	21	21 %
2	setuju	60	60 %
3	Kurang setuju	19	19 %
4	Tidak setuju	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.37 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 60 orang dengan persentase (60%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19%), sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru terjangkau. Artinya keterjangkauan harga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 38 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan daya beli pelanggan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	24	24 %
2	setuju	49	49 %
3	Kurang setuju	25	25 %
4	Tidak setuju	2	2 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.38 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 49 orang dengan persentase (49%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 25 orang dengan persentase (25%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (24%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan daya beli pelanggan. Artinya kesesuaian harga dengan daya beli pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

B. Dimensi Kesesuaian Dengan Kualitas Produk

Tabel 5. 39 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai kualitas rasa

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	19	19 %
2	Setuju	58	58 %
3	Kurang setuju	21	21 %
4	Tidak setuju	2	2 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.39 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 58 orang dengan persentase (58%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan kualitas rasa. Artinya kesesuaian harga dengan kualitas rasa akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 40 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai kualitas kuantitas (porsi)

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	26	26 %
2	Setuju	48	48 %
3	Kurang setuju	24	24 %
4	Tidak setuju	2	2 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.40 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 48 orang dengan persentase (48%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 26 orang dengan persentase (26%), selanjutnya jawaban kurang setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (24%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2%) dan sangat tidak

setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan kuantitas (porsi). Artinya kesesuaian harga dengan kuantitas (porsi) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

C. Dimensi Daya Saing Harga

Tabel 5. 41 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih murah

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	17	17 %
2	Setuju	64	64 %
3	Kurang setuju	18	18 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.41 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 64 orang dengan persentase (64%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 17 orang dengan persentase (17%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih murah Artinya harga makanan yang lebih murah akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 42 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih ekonomis

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	18	18 %
2	Setuju	55	55 %
3	Kurang setuju	26	26 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-

Total	100	100 %
--------------	-----	-------

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.42 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 55 orang dengan persentase (55%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 26 orang dengan persentase (26%), selanjutnya jawaban sangat setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (18%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru lebih ekonomis Artinya harga makanan yang lebih ekonomis akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

D. Dimensi Kessuain Harga Dan Manfaat

Tabel 5. 43Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan cita rasa yang diberikan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persen
1	Sangat setuju	19	19 %
2	Setuju	60	60 %
3	Kurang setuju	19	19 %
4	Tidak setuju	2	2 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.43 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 60 orang dengan persentase (60%), setelah itu jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19%) dan jawaban kurang setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (19%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari informasi diatas dapat diketahui bahwa pelanggan mayoritas setuju dengan pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan cita rasa yang diberikan. Artinya harga makanan yang sesuai cita rasa yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 44 Tanggapan responden atas pernyataan harga makanan yang disajikan pada rumah makan taragung pekanbaru sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan

No	Jawaban responden	frekuensi	persen
1	Sangat setuju	21	21 %
2	Setuju	55	55 %
3	Kurang setuju	23	23 %
4	Tidak setuju	1	1 %
5	Sangat tidak setuju	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel tabel 5.44 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden setuju adalah yang tertinggi sebanyak 55 orang dengan persentase (55%), setelah itu jawaban kurang setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (23%) dan jawabansangat setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (21%), sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1%) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0. Maka dapat dikategorikan responden setuju dengan pernyataan ini.

Dari Informasi Diatas Dapat Diketahui Bahwa Pelanggan Mayoritas Setuju dengan pernyataan harga makanan pada rumah makan taragung pekanbaru

sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan. Artinya harga makanan yang sesuai kualitas yang disajikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

Tabel 5. 45 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X3)

No	Indikator	SS	S	KS	TS	STS	SKOR
		5	4	3	2	1	
1.	Harga makannya terjangkau	21	60	19			
	Bobot nilai	105	240	57			402
2.	Harga sesuai dengan daya beli konsumen	24	49	25	2		
	Bobot nilai	120	196	75	4		395
3.	Harga sesuai kualitas rasa	19	58	21	2		
	Bobot nilai	95	232	63	4		394
4.	kesesuaian harga dan kuantitas (porsi)	26	48	24	2		
	Bobot nilai	130	192	72	4		398

5.	Harga rumah makan ini lebih murah	17	64	18	1		
	Bobot nilai	85	256	54	2		397
6.	Harga makanan yang disajikan lebih ekonomis	18	55	26	1		
	Bobot nilai	90	220	78	2		360
7.	Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan	19	60	19	2		
	Bobot nilai	95	240	48	4		387
8.	Harga sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan	21	55	23	1		
	Bobot nilai	105	220	69	2		396
	Skor total						3129
	Skor tertinggi						402
	Skor terendah						360

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.45 variabel harga dapat diketahui hasil rekapitulasi yang skor tertinggi terdapat pada indikator haraga makanan terjangkau dengan skor 402 artinya harga makanan dirumah makan taragung pekanbaru terjangkau oleh pelanggan. Sedangkan skor paling rendah terdapat pada indikator harga makanan yang disajikan lebih ekonomis dengan skor 360 artinya harga makanan yang disajikan kurang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Dan untuk mengetahui skor ideal untk keseluruhan jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut :

Skor maksimal : item x bobot tertingi x responden

$$8 \times 5 \times 100 = 4000$$

Skor minimal : $8 \times 1 \times 100 = 800$

Rata – rata : $\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{5}$

$$\frac{4000 - 800}{5}$$

5

640

Untuk mengetahui kategori variabel harga (x3) Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru Dapat ditentukan sebagai berikut ini :

Sangat Baik : 3364 - 4004

Baik : 2723 - 3363

Cukup Baik : 2082 - 2722

Kurang Baik : 1441– 2081

Tidak Baik : 800 - 1440

Berdasarkan informasi diatas dapat di ketahui bahwa jawaban responden secara keseluruhan pada variabel harga (x3) adalah setuju. Dengan nilai skor 3129 berada diantara skor 2723 - 3363. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahawa

Variabel harga dalam kategori sudah baik.

5.1.4. Uji asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat signifikan pada tabel *kolmogrov-smirnov*. Jika nilai signifikan lebih besar sama dengan 0,05 berarti data berdistribusi normal. Adapun uji normalitas pada tabel berikut:

Tabel 5. 46OneSample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98792427
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.063
	Negative	-.079
Test Statistic		.079

Asymp. Sig. (2-tailed)	.122 ^c
------------------------	-------------------



sumber : Data Olahan SPSS 26

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas . dilihat dari nilai sig. Pada bagian *Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar $0,122 \geq 0,050$. Jadi variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Maka variabel bebas yang berkolinear dapat dihilangkan, model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Statistik pada uji ini untuk mengetahui gangguan multikolinearitas, dimana *marking mix* dalam model regresi, tidak terjadi

hubungan yang sempurna antara variabel (multikolinearitas) karena $VIF < 10$ dan $tolerance < 1$. Adapun uji multikolinearitas pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 47 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.191	1.137		-.168	.867		
	Kualitas Produk	.027	.053	.077	.506	.614	.434	2.305
	Kualitas Pelayanan	.048	.045	.181	1.073	.286	.354	2.829
	Harga	-.030	.041	-.100	-.730	.467	.531	1.884
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan								

Sumber : Data Olahan SPSS 26

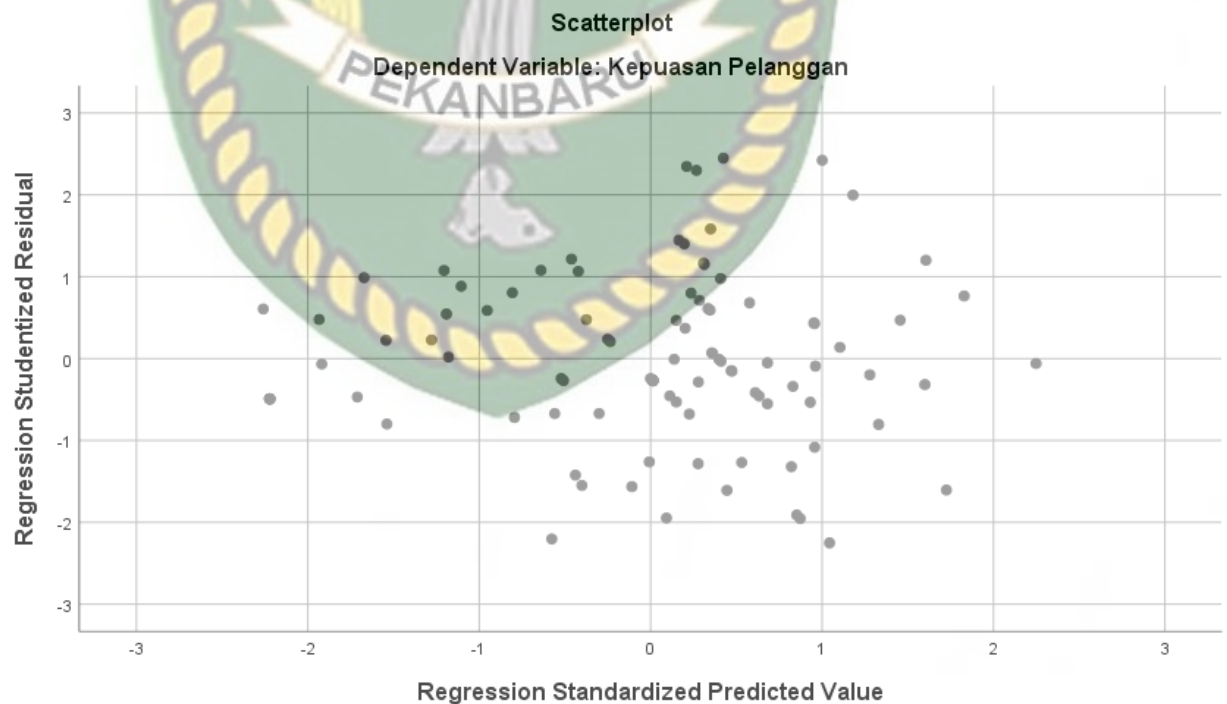
Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas produk (X1) adalah 2,305 dan tolerance 0,434. Untuk variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 2,829 dan tolerance 0,354. Dan untuk variabel harga (X3) adalah 1,884 dan tolerance 0,531. Maka dapat dilihat bahwa nilai VIF dari masing –

masing variabel < 10 dan tolerance $> 0,10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan untuk menunjukkan varian variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Suatu variabel dikatakan tidak terjadi heterokedastitas apabila angka signifikasi $>$ daripada 0,05 dan dilihat dari *Scatter-plots*, apabila titik – titik pada *Scatter-plots* menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol atau bagian bawah nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastitas. Adapun hasil uji heterokedastitas dapat dilihat pada gambar *Scatter-plots* sebagai berikut :

Gambar 5. 1 Heteroskedastisitas Scatterplots



Berdasarkan *Scatter-plots* diatas dapat dilihat bahwa tidak menyebar secara acak, tidak mempunyai pola tertentu, sehingga residual tidak terjadi heteroskedatitas, maka dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan, berdasarkan variabel independen yaitu kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga.

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Adapun nilai regresi linear berganda dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel 5. 48 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	sig
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.230	1.835		1,215	.227
	Kualitas Produk	.378	.085	.317	4,441	.000
	Kualitas Pelayanan	.477	.072	.520	6,582	.000
	Harga	.146	.066	.143	2,213	.029

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Dari tabel diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 2.230 + 0,378x_1 + 0,477x_2 + 0,146 x_3 + e$$

Kesimpulannya :

X1 : kualitas produk

X2 : kualitas pelayanan

X3 : harga

Y : kepuasan pelanggan

a : konstanta

b1 : koefisien regresi kualitas produk

b2 : koefisien regresi kualitas pelayanan

b3 : koefisien regresi harga

Dari penjelasan diatas , maka dapat di implementasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari variabel Y sebesar 2,230 artinya jika kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga satuan nilainya tetap dan tidak ada perubahan maka nilai kepuasan pelanggan adalah 2,230. Artinya jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga maka kepuasan pelanggan berada tetap pada 2,230.
- b. Koefisien regresi dari variabel kualitas produk. Jika satuan nilai faktor kualitas produk memiliki coefficient (b1) = 0,378. Artinya jika jika kualitas

produk baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,378 atau 37,8 %.

- c. Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan. Jika satuan nilai faktor kualitas pelayanan memiliki coefficient (b_2) = 0,477. Artinya jika kualitas pelayanan baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,477 atau 47,7 %.
- d. Koefisien regresi dari variabel harga. Jika satuan nilai faktor harga memiliki coefficient (b_3) = 0,146. Artinya jika harga baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,146 atau 14,6 %.

5.1.5. Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Parsial (T)

Uji T parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial digunakan uji statistik (Uji-T). Uji statistik ini dilakukan dengan melihat taraf signifikan (p value), jika taraf signifikan memiliki nilai perhitungan dibawah (lebih besar) dari 0.050 maka hipotesis di tolak.

Adapun tanda (-) atau (+) dari beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negatif. Artinya akan menurunkan kepuasan pelanggan dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. 49 Uji T Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.230	1.835		1.215	.227		
	Kualitas Produk	.378	.085	.317	4.441	.000	.434	2.305
	Kualitas Pelayanan	.477	.072	.520	6.582	.000	.354	2.829
	Harga	.146	.066	.143	2.213	.029	.531	1.884
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Sumber : Data Olahan SPSS 26

- a. nilai signifikan variabel kualitas produk (x1) adalah $0.000 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas produk (x1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru.
- b. nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (x2) adalah $0.000 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas pelayanan (x2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru.
- c. nilai signifikan variabel harga (x3) adalah $0.029 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya harga (x3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru.

2. Uji Hipotesis Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan. Bila dihitung hasil sig < 0,050. Maka dinyatakan variabel independen berpengaruh pada signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 5. 50 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1457.758	3	485.919	119.234	.000 ^b
	Residual	391.232	96	4.075		
	Total	1848.990	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan						

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel anova hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai probabilitas $0.000 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependennya. Nilai R^2

mendekati satu variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. 51 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.788	.782	2.019

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai adjusted R Square sebesar 0.782. jadi kontribusi pengaruh variabel independen kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 78.2 % sedangkan sisanya 21.8 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Pembahasan Hasil Penelitian

5.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara parsial kualitas produk nilai signifikan variabel kualitas produk (x_1) adalah $0.000 < 0.050$, maka

dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk (x_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat di pengaruhi oleh penyajian makanan yang masih baru dan segar, menyajikan makanan yang tidak mudah basi, rasa produk yang enak, produk yang dijual halal, produk yang higienis, komposisi yang digunakan dalam produk aman dan sehat, dan banyaknya pilihan menu.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan Nova Mardiana Muntiasopo tahun 2016 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Zam-Zam. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Zam-Zam.

5.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru

Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (x_2) adalah $0.000 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan (x_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru. Ini menunjukkan kualitas pelayanan dipengaruhi oleh karyawan rumah makan targung pekanbaru memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian, karyawan segera melayani anda saat berkunjung, anda tidak lama mengantri dalam memesan makanan, karyawan selalu ada ketika dibutuhkan, cita rasa menu selalu sama saat anda berkunjung, makanan yang disajikan sama dengan menu yang ditawarkan,

karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung, karawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membeda – bedakan pelanggan, ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih, dan peralatan yang digunakan bersih.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurul Qomariah pada tahun 2020 dengan judul Pengaruh Kualiatas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Sederhana Indralaya. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Sederhana Indralaya.

5.2.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Taragung Pekanbaru

Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikan variabel harga (x3) adalah $0.029 < 0.050$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga (x3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan targung pekanbaru. Ini menunjukkan harga sangat dipengaruhi oleh harga makanan yang terjangkau, harga sesuai dengan daya beli konsumen, harga sesuai dengan kualitas rasa, harga sesuai kuantitas (porsi), harga rumah makan ini lebih murah, harga makanan yang disajikan lebih ekonomis, harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan, dan harga sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian Fidya Pangestika pada tahun 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran D'java Steak Purwokerto. Hasil

penelitian ini menunjukkan harga mempunyai pengaruh yang simultan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran d'java steak purwokerto.



BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka yang dijadikan kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.
2. variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.
3. variabel Harga (X3) secara berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.
4. Variabel kualitas produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan taragung pekanbaru.

6.2. Saran

1. Bagi rumah makan diharapkan lebih memperhatikan harga makanan supaya bisa bersaing harga dengan rumah makan lainnya yang ada di Pekanbaru.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih dalam mengenai variabel lainnya untuk melihat apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Aidatus Sa'adah, 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Istana Lesehan Tulung Agung*. UIN Satu Tulungagung
- Freeddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia. Jakarta
- Bambang Adi Kusumo, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Jaya Barokah Seberang Ulu I Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Fidya Pangestika, 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran D'java Steak Purwokerto*. IAIN Purwokerto
- Fitriananur, 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Dapur M'riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi*. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
- Nurul Qomariah, 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Sederhana Indralaya*. UIN Raden Fatah Palembang

Nova Mardiana Muntiastopo, 2016. *Penagaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Zam-Zam*. Jurnal Manajemen

Gozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi keenam. Universitas Diponegoro. Semarang

Handoko. 2008. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. BPFE. Yogyakarta

Kotler dan Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta

Lupiyoadi dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta

Retina Sri Sedjhati. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Penerbitan. Yogyakarta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA. Bandung
Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Jakarta

Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Jakarta