

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang

Elen Estamarinda¹, Akila², Tri Sinarti³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, elenestamarinda@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, akilaali62@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, trisinarti1976@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to know and test whether or not the influence of quality of service and price to customer satisfaction at Hompizz Pizza Palembang. And the data collection techniques in this research through documentation and dissemination of questionnaires to 95 customers at Hompizz Pizza Palembang. The data analysis in this research is using SPSS program (Statistical Product and Service Solution) version 22. The instrument testing techniques in the study covered the validity test and the reliability test. Data analysis techniques are test normality, multicollinear tests, heterogeneity tests, multiple linear regression analyses, analysis of correlation coefficient, and coefficient of determination analysis. And the hypothesis testing criteria is the T test and F test. Based on the management of data obtained multiple linear regression equations for service quality variables and the price to customer satisfaction is $Y = 24.584 + 0,129X_1 + 0.309 X_2 + E$. Based on the hypothesis test with T test for service quality variable (X_1) obtained a significant value of $0.193 > 0.05$ meaning H_0 accepted and H_a rejected. Thus partial quality of service has no significant effect on customer satisfaction for the first hypothesis (H_1). The hypothesis test with the T test for a price variable (X_2) obtained a significant value of $0.000 < 0.05$ means that H_0 was rejected and H_a accepted. Thus a partial price has significant effect on customer satisfaction for the second hypothesis (H_2). The results of the F test hypothesis obtained a significant value of $0.001 < 0.05$ meaning that H_0 was rejected and H_a accepted. Thus simultaneously the quality of service and price influence jointly against customer satisfaction for the third hypothesis (H_3).

Keywords: quality of service, price, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang. Dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dokumentasi dan penyebaran kuesioner kepada 95 pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang. Adapun analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Teknik uji coba instrument dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi. Dan kriteria pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji f. Berdasarkan pengelolaan data diperoleh persamaan regresi linier berganda untuk variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah $Y = 24,584 + 0,129X_1 + 0,309 X_2 + e$. Berdasarkan uji hipotesis dengan uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh nilai signifikan $0,193 > 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk hipotesis pertama (H_1). Uji hipotesis dengan uji t untuk variabel harga (X_2) diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk hipotesis kedua (H_2). Hasil hipotesis uji f diperoleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan untuk hipotesis ketiga (H_3).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

A. PENDAHULUAN

Menurut Lupiyoadi (2013:228) kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan yang tinggi pula.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan bisa juga disebut sebagai kualitas jasa, menurut Tjiptono (2019:304) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen.

Menurut Sudaryono (2016:216) harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sedangkan Sangadji & Sopiah (2013:181) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk kembali membeli ulang produk tersebut. Sebaliknya, jika kecewa, pelanggan tidak akan membeli produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan pelanggan, Sangadji & Shopiah (2013:181).

Hasil penelitian Pane,dkk (2018) menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian Maulana (2016), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOI. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOI. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOI.

Hasil penelitian Krisdianti (2019), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya antara lain objek dan tahun data penelitian. penelitian ini menggunakan Rekapitulasi data pelanggan dan jumlah tingkat pendapatan pada Hompizz Pizza Palembang pada tahun 2017-2019.

B. KAJIAN TEORI

1. KUALITAS PELAYANAN

Menurut Tjiptono (2019:304) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen. Sedangkan menurut Priansa dan Wibowo (2017:159) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Priansa dan Wibowo (2017:161) kualitas pelayanan memiliki beberapa prinsip, yaitu:

- a. Sistem dan Kebijakan
- b. Kepemimpinan
- c. Pendidikan dan pelatihan
- d. Perencanaan
- e. Review
- f. Komunikasi
- g. Rewards
- h. Kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2019:305) terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Reliabilitas (*reliability*)
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Empati (*empathy*)
- e. Bukti fisik (*tangibles*)

2. HARGA

Menurut Widjojo, dkk (2019:151) harga adalah pengganti suatu nilai, jumlah yang harus dibayar, atau dipertukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang ditawarkan atau produk pembayaran bisa berupa uang, barang, layanan/jasa, bantuan, dan suara dukungan untuk pihak lain. Serta menurut Sudaryono (2016:216) harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menurut Tjiptono (2019:227) faktor penetapan harga terbagi menjadi empat, yaitu:

- a. Elastisitas harga permintaan
- b. Aksi dan reaksi pesaing
- c. Biaya dan konsekuensi pada profitabilitas
- d. Kebijakan lini produk

Indikator harga menurut Widjojo (2018:153) adalah:

- a. Variasi Harga
- b. Diskon Harga
- c. Harga Paket
- d. Daftar Harga
- e. Proses Pembayaran

3. KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Tjiptino (2015:45) kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Sedangkan menurut Lipiyoadi (2013:228) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dan diharapkan. Serta menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Adisaputro (2010:79) perilaku seorang pelanggan dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu:

- a. Faktor Kultural
- b. Faktor sosial
- c. Faktor Personal

Menurut Adisaputro (2010:68) ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Memonitor dan menganalisis penyebab pelanggan yang tidak lagi membeli pada perusahaan.
- b. Menemui pelanggan yang berhenti membeli dari kita atau berubah membeli brand pesaing.
- c. Membentuk pembeli bayangan untuk berperan sebagai pembeli potensial produk pesaing dan melaporkan baik kekuatan maupun kelemahan produk kita maupun produk pesaing.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:182) ada beberapa indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Berkata positif tentang produk
2. Merekomendasikan kepada orang lain
3. Setia pada produk perusahaan
4. Membayar produk dengan harga premium

C. METODE PENELITIAN

Sugiyono (2016:24) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Rancangan penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:35) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:96) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian yaitu:

- 1) Variabel independen (bebas)
Menurut Sugiyono (2017:96) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2).
- 2). Variabel dependen (terikat)
Menurut Sugiyono (2017:97) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Populasi dan sampel

1) Populasi

Sujarweni (2019:80) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hompizz Pizza Palembang yang berkunjung pada bulan Oktober, November, dan Desember tahun 2019 sebanyak 1980 pelanggan.

2) Sampel

Sujarweni (2019:81) Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel *non probability sampling*. Dikatakan *non probability sampling* karena pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini menggunakan metode *sampling insidental* yang berarti teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sehingga untuk mengetahui jumlah sampel peneliti menggunakan rumus *Slovin*, sebagai berikut:

Dimana:

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= error level/tingkat kesalahan. (catatan: umumnya digunakan 1%=0,01 atau 5%= 0,05 dan 10% =0,1. Level error ini dapat dipilih oleh peneliti).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1980 pelanggan dan presisi yang ditetapkan atau tingkat error 10% (0.1) maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{1980}{1 + 1980(0,1)^2} \quad n = 95,19 \quad n = 95 \text{ pelanggan}$$

Berdasarkan perhitungan dari rumus di atas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 95 orang dari seluruh pelanggan Hompizz Pizza Palembang, hal ini dilakukan untuk mempermudah pengelolaan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Sumber data

1) Data Primer

Menurut Sujarweni (2019:89), data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui koesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data ini harus diolah lagi.

2) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder menurut Sujarweni (2019:89), adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi

perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi.

Sumber data yang dipakai dalam penelitian kali ini menggunakan sumber data primer.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kuesioner (angket)
Menurut Sugiyono (2017:230) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan /pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.
- 2) Dokumentasi
Gunawan (2016:176) mendefinisikan bahwa dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas

**Tabel Hasil uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	Y
N		95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	44.03	43.93	43.81
	Std. Deviation	2.841	3.285	2.882
Most Extreme Differences	Absolute	0.1	0.095	0.116
	Positive	0.1	0.095	0.082
	Negative	-0.097	-0.077	-0.116
Kolmogorov-Smirnov Z		0.97	0.921	1.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.303	0.364	0.157

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Pengelolaan Data 2020

Hasil uji normalitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (Asymp Sig 2-tailed) untuk ketiga variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan nilai signifikan dengan nilai masing-masing > 0.05 maka nilai variabel berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
Model			Tolerance	VIF
1 (Constant)				
	KUALITAS PELAYANAN		0.985	1.015
	HARGA		0.985	1.015

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: *Pengelolaan DATA 2020*

Hasil uji multikolinieritas pada tabel di atas diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai *variance inflation faktor* (VIF) lebih kecil dari 10 dari variabel. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) nilai *tolerance* sebesar 0,985 lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) sebesar 1,015 lebih kecil dari 10. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian ini.

3. Uji Heteroskedasitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.196	3.082		1.037	.302	
	KUALITAS PELAYANAN	.057	.056	.105	1.017	.312
	HARGA	-.081	.049	-.172	-1.671	.098

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : *Pengelolaan Data 2020*

Hasil uji heteroskedasitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan harus lebih dari 0,05. Dan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) nilai signifikan sebesar 0,312 dan variabel Harga (X2) sebesar 0,098 yang berarti lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada penelitian ini.

4. Analisis Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Analisis Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	24.584	5.363		4.584	.000	
	KUALITAS PELAYANAN	.129	.098	.127	1.313	.193
	HARGA	.309	.085	.352	3.634	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : *Pengelolaan Data 2020*

Berdasarkan hasil tabel di atas diperoleh hasil pengujian regresi linier berganda dengan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan sebesar 0,129 dan nilai koefisien regresi untuk harga sebesar 0,309 dan nilai konstanta sebesar 24,584. Berdasarkan nilai tersebut maka dihasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 24,584 + 0,129 X_1 + 0,309 X_2 + e$$

Keterangan : Y= Kepuasan Pelanggan

a = 24,584

b₁= 0,129

b₂= 0,309

X₁= Kualitas Pelayanan

X₂= Harga

e = standar eror

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari 2 variabel bebas (b₁ dan b₂) bertanda positif (+). Bilangan konstanta (a) mempunyai nilai sebesar 24,584 menyatakan bahwa jika mengabaikan Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) maka nilai kepuasan pelanggan adalah 24,584. Jadi, tetap ada Kepuasan Pelanggan walaupun nilai X₁ dan X₂ bernilai nol (0) terhadap Y.

5. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel Hasil Uji Analisi Koefisien Kerelasi Summary

Model	R	R Model Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.388 ^a	.151	.132	2.684

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : *Pengelolaan Data 2020*

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi pada R adalah 0,388 yang berarti hubungan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) dengan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) adalah **rendah**.

6. Analisis koefisien Determinasi

Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Summary

Model	R	R Model Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.388 ^a	.151	.132	2.684

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : *Pengelolaan Data 2020*

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R Square (R^2) sebesar 0.151 atau 15,1% kontribusi kualitas pelayanan dan harga terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan dan sisanya (100% - 15,1%) 84,9 % dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

7. Uji t

Tabel Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.584	5.363		4.584	.000
KUALITAS PELAYANAN	.129	.098	.127	1.313	.193
HARGA	.309	.085	.352	3.634	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Pengelolaan Data 2020

Hasil uji t pada tabel di atas untuk menguji pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai signifikan 0,05, jika signifikan < 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Sehingga uji t sesuai tabel di atas adalah sebagai berikut :

1). Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu, $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($1,313 < 1,661$) sedangkan $sig. > 0,05$ nilainya sebesar 0,193 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hompizz Pizza Palembang. Artinya kualitas pelayanan tidak terlalu diperhatikan oleh pelanggan dan yang paling penting bagi pelanggan adalah rasa untuk kasus ini.

2). Harga (X2)

Hasil uji t untuk variabel Harga (X2) yaitu, $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($3,634 > 1,661$) sedangkan signifikan < 0,05 nilainya 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang.

8. Uji F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	117.610	2	58.805	8.160	.001 ^b
Residual	662.979	92	7.206		
Total	780.589	94			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Pengelolaan Data 2020

Dari hasil uji F diatas diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 8,160 sementara untuk F_{tabel} dengan signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = 2$ maka didapat F_{tabel} sebesar 3,10. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($8,160 > 3,10$) dan nilai signifikan sebesar 0,001 dapat disimpulkan model regresi ini dapat digunakan karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) bahwa hasilnya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang.

b. Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,129 dan nilai koefisien regresi untuk Harga (X_2) sebesar 0,309 dan konstanta sebesar 24,584. Berdasarkan nilai tersebut diperoleh persamaan regresi linie berganda $Y = 24,584 + 0,129X_1 + 0,309 X_2 + e$ artinya apabila Kualitas Pelayanan (X_1) mengalami kenaikan satu satuan maka nilai Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,129, dan sebaliknya jika Kualitas Pelayanan diturunkan satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan turun sebesar 0,129. Selanjutnya apabila Harga (X_2) mengalami peningkatan Rp.1, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,309, dan sebaliknya jika harga diturun Rp.1 maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,309. Karena para pelanggan Hompizz Pizza Palembang tidak terlalu mempermasalahkan faktor kenaikan harga selama mereka mendapatkan sesuatu yang membuat mereka merasa puas saat mereka berada di Hompizz Pizza Palembang. Karena dari hasil penelitian ini harga yang mahal tidak masalah bagi pelanggan dan sudah terbentuk persepsi pelanggan bahwa makanan mahal itu sama dengan bagus, enak dan berkualitas tinggi.

Dari hasil koefisien korelasi memperoleh nilai koefisien pada R adalah 0,388 yang berarti hubungan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) dengan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) adalah **rendah**. Dan hasil koefisien determinasi memperoleh nilai koefisien determinasi R Square (R^2) sebesar 0.151 atau 15,1% dan sisanya ($100\% - 15,1\%$) 84,9 % yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Misalkan dari faktor rasa, tampilan, tempat yang strategis, dan dll. Faktor rasa biasanya adalah salah satu faktor yang paling berpengaruh pada kepuasan pelanggan di sebuah restoran di mana para pelanggan tidak selalu mementingkan tentang kualitas pelayanan dan harga saja melainkan sangat mementingkan tingkat rasa pada produk yang yang mereka konsumsi.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang

Dari Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) yaitu, $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($1,313 < 1,661$) sedangkan $sig. > 0,05$ nilainya sebesar 0,193 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hompizz Pizza Palembang. Karena data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan bukan berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, melainkan data dan sampel tidak berhasil membuktikan hubungan tersebut. Karena rentang waktu yang terlalu singkat dalam mengambil data sehingga tidak mewakili kondisi sebenarnya.

Pada saat para pelanggan merasakan rasa yang lezat pada makanan, tampilan yang menarik, tempat yang nyaman dan dll, para pelanggan tidak akan terlalu memperdulikan lagi seberapa besar kualitas pelayanan yang mereka dapatkan dan seberapa besar harga yang harus mereka bayar karena mereka akan merasa puas dengan faktor-faktor yang lain yang mereka dapatkan.

Bahwa ada kemungkinan juga sebagian besar dari pelanggan itu membeli dengan sistem *take away* dan juga *online* sehingga para pelanggan tidak terlalu fokus pada sistem pelayanan yang ada. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian tidak sejalan dengan pernyataan dari Maulana (2016:117) kualitas pelayanan adalah sebuah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Subagio dkk (2013) dimana pengaruh Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang

Dari hasil uji t untuk variabel Harga (X_2) yaitu, $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($3,634 > 1,661$) sedangkan signifikan $< 0,05$ nilainya 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang. Hal ini dikatakan rasional karena sesuai dengan tanggapan pelanggan mengenai harga yang menyatakan bahwa harga yang diberikan Hompizz Pizza Palembang sesuai dengan kualitas produk yang mereka dapat, kenyataan yang terjadi bahwa pelanggan Hompizz Pizza Palembang rata-rata adalah kalangan menengah ke atas sehingga harga yang diberikan oleh restoran sesuai dengan kemampuan dan pendapatannya, meskipun banyak para pelajar dan juga mahasiswa karena mengikuti gaya tren masa kini. Harga adalah suatu hal yang harus dibayar atau ditukar dalam bentuk uang dengan suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau dinikmati pelanggan. Penelitian ini mendukung penelitian Budiarsih (2017) dimana pengaruh Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang

Dari hasil uji F diatas diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 8,160 sementara untuk F_{tabel} dengan signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = 2$ maka didapat F_{tabel} sebesar 3,10. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($8,160 > 3,10$) dan nilai signifikan sebesar 0,001 dapat disimpulkan model regresi ini dapat digunakan karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) bahwa hasilnya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang. Penelitian ini mendukung penelitian Dita Amanah (2010) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza

Palembang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada bab 4 dapat dilihat dari kesimpulan berikut ini :

- a) Dari hasil pengujian hipotesis (uji t) secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikan 0,193 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang.
- b) Dari hasil pengujian (uji t) secara parsial antara variabel Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel Harga dan Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang.
- c) Dari hasil pengujian (uji F) secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,160 dan nilai signifikan sebesar 0,001. Ini berarti signifikan 0,001 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang.

2) Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan , maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

- a) Hompizz Pizza Palembang hendaknya berusaha memperhatikan tingkat harga yang ditetapkan dan membandingkan dengan harga para pesaing. Serta selalu memberikan informasi update tentang daftar harga baru. Hal ini dilakukan agar para pelanggan mengetahui informasi harga sebelum mereka melakukan pembelian. Harga yang ditetapkan Hompizz pizza Palembang merupakan harga bersaing mengingat Hompizz Pizza Palembang bukan merupakan satu-satunya penyedia usaha makanan yang berada di Indonesia khususnya Palembang. Dengan menetapkan harga yang bersaing tentu Hompizz akan dapat terus bertahan sebagai usaha penyedia makanan yang diminati masyarakat.
- b) Hompizz Pizza Palembang sebaiknya harus mampu mempertahankan kualitas produk terutama pada kualitas rasa. Pada bisnis makanan yang paling penting adalah dari segi rasa sehingga Hompizz Pizza Palembang harus selalu komitmen menjaga rasa agar selalu digandrungi pelanggannya. Karena dari hasil penelitian ini harga yang mahal tidak masalah bagi pelanggan dan sudah terbentuk persepsi pelanggan bahwa makanan mahal itu sama dengan bagus, enak dan berkualitas tinggi. Bahkan mereka makin merasa bergengsi sehingga mereka semakin puas, artinya mereka berani bayar mahal karena rasanya yang enak. Hal ini guna untuk menciptakan rasa puas kepada para pelanggan yang setia serta dapat menjadi referensi bagi keluarga dan teman-teman mereka.
- c) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih memperluas objek penelitian tidak hanya pada variabel kualitas pelayanan tetapi pada variabel-variabel yang lain dan juga sebaiknya peneliti menambah jumlah sampel yang digunakan dan menggunakan metode penelitian yang berbeda sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan peneliti-peneliti selanjutnya agar lebih bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro Gunawan. (2010). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Amanah Dita. (2010). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M YAMIN Medan*. Universitas Negeri Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*. Vol 2 No 1 Maret 2010. Medan.
- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Krisdianti Dika Lambang dan Sunarti.(2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Twon Square*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. Vol 70 No 1 Mei 2019. Malang
- Lipiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maulana Ade Syarif. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta. *Jurnal Ekonomi*.Vol 7 No 2 November 2018. Jakarta.
- Pane Dewi Nurmasari, dkk. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan*. Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. *Jurnal Manajemen Eoois*. Vol 9 No 1 Juni 2018. Medan.
- Sasongko Pelita dan Subagio Hartono. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*. Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 1 No 2, 2013:1-7. Surabaya.
- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen. Cetakan ke-5*. Bandung : Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2019). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

_____. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Widjojo Handy, ddk. (2018). *Sari-Sari Pemasaran & Aplikasi Dunia Bisnis*. Jakarta Selatan : Prasetiya Mulya Publishing.

Wibowo Lili Adi dan Priansa Donni Juni. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasran*. Bandung : Alfabeta.