

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN dan HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN di BAKSO MAMA 1 JOMBANG

Echa Febri Chorniawan¹, Tri Sudarwanto², Rohmad Prio Santoso³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

¹echafebri25@gmail.com

ABSTRAK

Bakso MAMA 1 Jombang adalah suatu usaha rumah makan yang sudah sangat terkenal dan berkembang cukup pesat, bisnis makanan yang berdiri sejak tahun 1982 ini hingga sekarang sudah memiliki 6 outlet anak cabang di berbagai kota di Jawa Timur. Hasil observasi dan wawancara tersebut peneliti tertarik untuk mengupas kualitas pelayanan dan harga yang digunakan bakso mama yang hampir 4 dekade ini tetap bisa mempertahankan usahanya, bahkan sekarang ini sudah bisa memiliki outlet cabang sebanyak 6 cabang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bakso Mama 1 Jombang, 2) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di bakso Mama 1 jombang, 3) pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di bakso Mama 1 Jombang. Penelitian ini menggunakan 2 jenis data yaitu data primer dan sekunder, metode penelitian melibatkan 2 variabel: variabel (kepuasan pelanggan) independen, dan variabel dependen (kualitas pelayanan dan harga). Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif verifikatif yaitu menggambarkan suatu benar tidaknya fakta-fakta yang ada dan serta menjelaskan hubungan antar variabel dengan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sebesar 75 pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 86%. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan pada uji hipotesis sebesar $(0,000 < 0,05)$. variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,483 atau 48,3% dan harga sebesar 0,384 atau 38,4% serta nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,000 $(0,000 < 0,05)$ dan harga sebesar 0,000 $(0,000 < 0,05)$.
Kata kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Bakso MAMA 1 jombang is a restaurant business that is already very well known and is growing quite rapidly, the food business that was established since 1982 until now already has 6 branch outlets in various cities in East Java. The results of these observations and interviews researchers are interested in examining the quality of service and prices used by Mama's meatballs, which for almost 4 decades have been able to maintain their business, even now they have 6 branch outlets. This study aims to determine: 1) the effect of service quality on customer satisfaction in Mama Jombang meatballs, 2) the effect of prices on customer satisfaction at Mama Jombang meatballs, 3) the influence of service quality and price together on customer satisfaction at Mama meatballs 1 jombang. This study uses 2 types of data, namely primary and secondary

data, the research method involves 2 variables: independent variable (customer satisfaction), and the dependent variable (service quality and price). This type of research uses descriptive verification research that is describing whether or not the facts are there and as well as explaining the relationship between variables with a quantitative approach, the sample taken was 75 customers. Based on the research results service quality and price variables simultaneously influence customer satisfaction, which is 86%. This can also be proven by $F_{count} > F_{table}$ and the significant value in the hypothesis test is $(0,000 < 0,05)$. service quality and price variables have a partially significant effect on customer satisfaction. This is indicated by the magnitude of the service quality regression coefficient of 0.483 or 48.3% and a price of 0.384 or 38.4% and a significant value of service quality of 0,000 $(0,000 < 0,05)$ and a price of 0,000 $(0,000 < 0,05)$.

Keywords: Service quality, Price, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat, hal ini membuat setiap usaha perlu memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Hal inilah yang membuat timbulnya persaingan dalam dunia bisnis. Setiap usaha pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Pemberian pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan akan berdampak pada keberhasilan suatu usaha, karena pelayanan dapat menentukan besar kecilnya keuntungan yang akan diperoleh suatu usaha (Yuliati, 2016).

Kualitas layanan di setiap tempat kerja sangat diutamakan, karena dimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan sangat memuaskan, maka membuat para pelanggan nyaman dan merasa diperhatikan ketika telah merasakan pelayanan tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa berpengaruh kualitas pelayanan untuk kemajuan sebuah usaha yang dimana terdapat beberapa aspek didalamnya, diantaranya membahas tentang *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* (Wijayanto, 2015).

Masyarakat sebagai pelanggan tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, Memenuhi kepuasan layanan pelanggan pelaku usaha harus meningkatkan atau memperbaiki pelayanan terhadap pelanggan sehingga dapat memberi kesan baik bagi para pelanggan. Sehingga semakin tinggi dan bagus pelayanan yang di diberikan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasannya (Haryanto, 2013), dan Prihandoyo, C. (2019).

Pelanggan tidak sekedar membeli produk saja akan tetapi mereka juga membeli pelayanan yang telah diberikan dalam suatu unit usaha. Dapat memungkinkan pelanggan untuk memiliki efek ketergantungan setelah merasakan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan suatu nilai, dari nilai tersebut akan dapat mewujudkan kepuasan pelanggan, (Normasari, 2013). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan (Priansa, 2017).

Meningkatnya kepuasan pelanggan tidak hanya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik, tetapi harga juga merupakan faktor meningkatnya kepuasan

pelanggan dan meningkatnya penjualan dalam perusahaan. Harga merupakan satusatunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) (Tjiptono, 2014:151).

Hasil observasi dan wawancara tersebut peneliti tertarik untuk mengupas kualitas pelayanan dan harga yang digunakan bakso mama yang hampir 4 dekade ini tetap bisa mempertahankan usahanya, bahkan sekarang ini sudah bisa memiliki outlet cabang sebanyak 6 cabang. Ketatnya persaingan yang ada mengharuskan pemilik outlet Bakso Mama tidak hanya memikirkan cita rasa yang akan dijual, melainkan banyak aspek yang harus di pertimbangkan dengan baik agar tetap dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada. Mengingat peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang diberikan adalah salah satu faktor utama keberhasilan operasional restoran disamping aspek-aspek lainnya. salah satunya bentuk bukti fisik pada pelayanan, jaminan, ketanggapan, keandala dan perhatian.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh dari beberapa variabel-variabel yang di antaranya adalah kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, dan penelitian ini mengambil obyek Bakso MAMA 1 Jombang, maka penelitian ini kami beri judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Mama 1 Jombang”

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka, peneliti menemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini dapat memberikan suatu teori bagi ilmu ekonomi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi dan tidak terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Mama 1 Jombang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat untuk perusahaan
Perusahaan dapat meningkatkan kinerja para karyawan untuk lebih memuaskan pelanggan dalam segi pelayanan.
 - b. Manfaat untuk universitas
Dapat menjadi rujukan data untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

- c. Manfaat untuk penulis
Manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
- d. Manfaat bagi peneliti lain
Dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian dan untuk acuan pengembangan ilmu sesuai konsentrasi ilmu yang ada dan sesuai dengan topiknya.

Batasan Penelitian

Agar pembahasan tidak melebar maka perlu adanya batasan penelitian agar bisa terfokuskan pada penelitian ini adapun batasan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada Bakso Mama 1 Jombang
2. Penelitian ini hanya bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Mama 1 Jombang.

LANDASAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Panjaitan (2016:266).

Mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sedangkan definisi pelayanan adalah segala perbuatan yang dilakukan suatu pihak kepada pihak lain, yang berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, serta produknya tidak selalu berkaitan dengan fisik, Wahab (2017:31).

Dimensi kualitas pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan, (Panjaitan 2016).

- a. Keandalan
Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
- b. Daya tanggap
Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.
- c. Jaminan
Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

d. Bukti fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Harga

Menurut Rifa'i (2017) Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh suatu barang yang kita beli, sehingga diperoleh manfaat yang kita dapatkan dari barang tersebut. Harga juga didefinisikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya. Situmeang (2017).

Menurut Maulana (2016) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah Sesuatu bernilai yang dikeluarkan oleh pelanggan atau pelanggan dalam bentuk uang untuk membayar produk atau jasa yang ia terima. Harga adalah satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Safrizal (2015)

Faktor Harga

Menurut Muzayanah (2017), ada beberapa faktor dalam menentukan harga dan faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Keterjangkauan Harga
Harga terjangkau dikalangan pelanggan menengah.
- b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.
Harga dan Kualitas produk yang ditawarkan suatu perusahaan dapat ditentukan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- c. Daya Saing Harga.
Daya saing harga yang ditawarkan pada suatu perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lain.
- d. Kesesuaian Harga.
Harga Produk yang ditawarkan suatu perusahaan lebih murah dan dapat di jangkau seluruh pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu, (Panjaitan 2016).

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara apa yang menjadi harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian (Tjiptono 2014:76).

Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu, (Yuliati:2016).

Faktor Kepuasan Pelanggan

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Priansa (2017:209) adalah:

a. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan pelanggan. Produk dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penelitian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

c. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada pelanggan sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan pelanggan. Penelitian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

e. Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam usaha memuaskan pelanggan. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan pelanggan. Dasar penelitian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

g. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka pelanggan mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

HIPOTESIS

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Diduga harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan, tujuan, dan tingkat kealamiahannya (natural setting) obyek yang diteliti. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrument penelitian, yang bersifat kuantitatif untuk bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya guna mengetahui hasilnya (Sugiyono, 2016:37).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif verifikatif adalah penelitian yang menggambarkan sesuatu benar tidaknya fakta-fakta yang ada dan serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang di teliti oleh penulis. (Sugiyono, 2016:7). Jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden pelanggan di bakso mama 1 jombang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, khususnya. Teknik *incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, maksud disini adalah siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2012:96).

Teknik analisis data yang digunakan adalah :

- a. Uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif.
- b. Uji asumsi klasik : normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.
- c. Uji regresi linier, uji regresi berganda, uji korelasi berganda, uji koefisien determinasi (R^2).
- d. Uji hipotesis : uji parsial dan uji simultan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Bakso Mama 1 Jombang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner/ makanan yang berada di Jombang. Bakso mama 1 merupakan salah satu dari sekian perusahaan bakso yang cukup di kenal oleh masyarakat, selain menyediakan makanan bakso dan minuman, produk terbaru telah di hadirkan untuk memberikan varian tambahan menu makanan. Bakso Mama 1 berdiri pada tahun 1982 dengan fasilitas dan tenaga kerja seadanya pada saat itu, setelah beberapa kali melakukan perubahan dari segala aspek agar bisa bersaing dan berkembang lebih pesat lagi hingga saat ini, dengan pengalaman yang selama itu kini Bakso Mama 1 telah berkembang sangat pesat dan bahkan pelanggannya bukan hanya di dalam kota Jombang saja, melainkan luar kota juga ada banyak sekali pelanggan yang telah merasakan Bakso Mama 1.

Lokasi Bakso Mama 1 berada di Jln PB Sudirman no.191 Denanyar Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang Jawa Timur Indonesia, Kode pos 61419. Lokasi cukup ramai karena tempatnya yang berada di pinggir jalan raya antar kota, untuk mobilitas transport ke arah Bakso Mama 1 juga sangat mudah karena tempat yang strategis dan langsung berhadapan dengan jalan raya.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat disajikan seperti berikut:

Tabel 1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	52	69,33%
Perempuan	23	30,67%
Total	75	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Diketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki sebanyak 52 orang atau sebesar 69,33%.

Tabel 2
Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
<25	23	30,67%
25-35	35	46,67%
36-45	15	20%
>45	2	2,67%
Total	75	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki usia 25-35 jumlah 35 orang atau sebesar 46,67%

Tabel 3
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Usia	Jumlah	Presentase (%)
SD/SMP	15	20%
SMA/SMK	27	36%
D1/D2/D3	21	28%
D4/S1	7	9,33%
S1/S2	5	6,67%
Total	75	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan minimal SMA/SMK, sebesar 36%.

Tabel 4
Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan

Usia	Jumlah	Presentase (%)
Belum Menikah	39	52%
Sudah Menikah	36	48%
Total	75	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki status perkawinan belum menikah, sebesar 52%.

**Uji Validitas
Kualitas Pelayanan**

Tabel 6
Uji validitas kualitas pelayanan (X₁)

No Item Butir Pernyataan	r _{xy}	r _{tabel}	Status
1	0,847	0,224	Valid
2	0,814	0,224	Valid
3	0,904	0,224	Valid
4	0,826	0,224	Valid
5	0,892	0,224	Valid
6	0,772	0,224	Valid
7	0,766	0,224	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X₂), dari 7 pernyataan yang di ajukan dalam kuisisioner mengenai kualitas pelayanan menunjukkan bahwa semua pernyataan yang mempunyai tingkat signifikan berada <0,05 sehingga kuisisioner untuk variabel lingkungan kerja valid.

Harga

Tabel 7
Uji validitas harga (X₂)

No Item Butir Pernyataan	r _{xy}	r _{tabel}	Status
1	0,561	0,224	Valid
2	0,701	0,224	Valid
3	0,704	0,224	Valid
4	0,570	0,224	Valid
5	0,704	0,224	Valid
6	0,625	0,224	Valid
7	0,680	0,224	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil uji validitas terhadap variabel harga (X₂) dari 7 pernyataan yang di ajukan dalam kuisisioner mengenai harga menunjukkan bahwa semua pernyataan yang mempunyai tingkat signifikan berada <0,05 sehingga kuisisioner untuk variabel motivasi (X₂).

Kualitas Pelayanan

Tabel 8
Uji validitas kualitas pelayanan (Y)

No Item Butir Pernyataan	r _{xy}	r _{tabel}	Status
1	0,564	0,224	Valid
2	0,819	0,224	Valid
3	0,849	0,224	Valid
4	0,848	0,224	Valid
5	0,819	0,224	Valid
6	0,826	0,224	Valid
7	0,843	0,224	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan (Y) dari 7 pernyataan yang di ajukan dalam kuisisioner mengenai kualitas pelayanan menunjukkan bahwa semua pernyataan yang mempunyai tingkat signifikan berada $<0,05$ sehingga kuisisioner untuk variabel kinerja karyawan (Y).

Uji Reliabilitas

Tabel 9
Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji Reliabilitas
Varabel X1	0,798	Reliabel
Variabel X2	0,761	Reliabel
Variabel Y	0,793	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Hasil data dari hasil tabel diatas Uji dilakukan pada taraf signifikansi α sebesar 0,05. Instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha $>$ r tabel dapat dipastikan reliabel. Jadi melihat data hasil uji reliabilitas diatas bahwa variabel X_1 , X_2 , dan Y reliabel.

Tabel 10
Jawaban responden kualitas pelayanan

Item	Jawaban Variabel				Jumlah	Rata-Rata	Rata-Rata Keseluruhan	Kriteria
	SS	S	TS	STS				
1	42	24	9	0	75	3,44	3,57	Tinggi
2	46	26	3	0	75	3,57	3,57	Tinggi
3	46	25	4	0	75	3,56	3,57	Tinggi
4	50	24	1	0	75	3,65	3,57	Tinggi
5	48	23	4	0	75	3,59	3,57	Tinggi
6	44	30	1	0	75	3,57	3,57	Tinggi
7	49	21	5	0	75	3,59	3,57	Tinggi

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Hasil analisis deskriptif yang diolah oleh peneliti dari semua jawaban responden menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa pada pelanggan Bakso Mama 1 Jombang termasuk dalam kategori tinggi dengan hasil rata-rata 3,57.

Tabel 11
Jawaban responden variabel harga (X_2)

Item	Jawaban Variabel				Jumlah	Rata-Rata	Rata-Rata Keseluruhan	Kriteria
	SS	S	TS	STS				
1	37	32	6	0	75	3,41	3,46	Tinggi
2	32	38	5	0	75	3,36	3,46	Tinggi
3	31	40	4	0	75	3,36	3,46	Tinggi
4	56	16	3	0	75	3,71	3,46	Tinggi
5	40	27	8	0	75	3,43	3,46	Tinggi
6	44	29	2	0	75	3,56	3,46	Tinggi
7	36	35	4	0	75	3,43	3,46	Tinggi

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Hasil analisis deskriptif yang diolah oleh peneliti dari semua jawaban responden menunjukkan bahwa harga termasuk dalam kategori tinggi dengan hasil rata-rata 3,46.

Tabel 12

Jawaban responden kepuasan pelanggan (Y)

Item	Jawaban Variabel				Jumlah	Rata-Rata	Rata-Rata Keseluruhan	Kriteria
	SS	S	TS	STS				
1	24	50	1	0	75	3,31	3,50	Tinggi
2	45	30	0	0	75	3,60	3,50	Tinggi
3	35	39	1	0	75	3,45	3,50	Tinggi
4	40	34	1	0	75	3,52	3,50	Tinggi
5	39	36	0	0	75	3,52	3,50	Tinggi
6	40	35	0	0	75	3,53	3,50	Tinggi
7	43	32	0	0	75	3,57	3,50	Tinggi

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Hasil analisis deskriptif yang diolah oleh peneliti dari semua jawaban responden menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang di dapatkan termasuk dalam kategori tinggi dengan hasil rata-rata 3,50.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini untuk mengetahui hasil persamaan pada analisis regresi berganda yang dihasilkan telah memenuhi asumsi teoritis atau belum. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi : uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut :

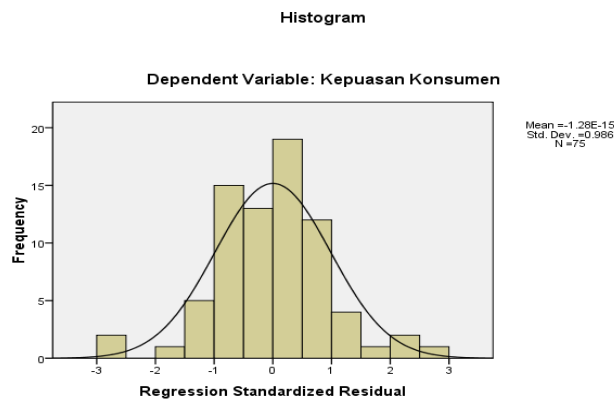
Uji normalitas

Uji normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, dapat dilihat data tersebut berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafi histogramnya menunjukkan pola distribusi normal dan sebaliknya jika tidak mengikuti garis diagonal maka data tidak berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS ver.23 adalah sebagai berikut:

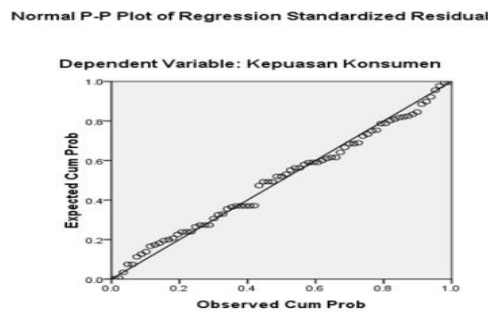
Keterangan	Hasil Uji
Jumlah (n)	75 orang
Kolmogrov-Smirnov Z	0,088
Sig.	0,000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Data berdistribusi normal juga bisa dilihat pada tabel Kolmogorov Smirnov dengan melihat nilai Asymp Sig jika $>0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil SPSS yang terlihat pada tabel diatas nilai signifikansi 0,000, artinya data berdistribusi normal.



Gambar 1 Histogram
 Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019



Gambar 2
Normalitas P-Plot

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa plot / titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, berada disekitar dan disepanjang garis, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 13
 Uji multikolinearitas
Coefficients^a

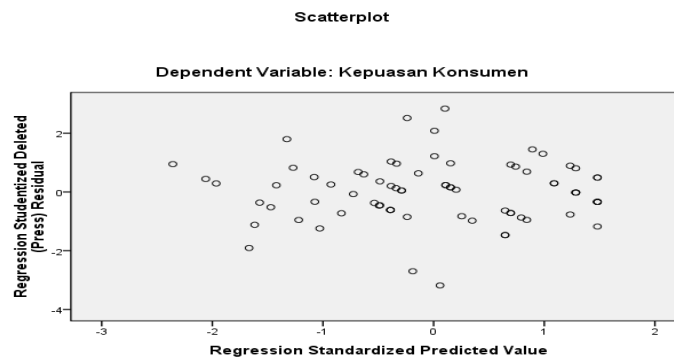
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.129	1.588		1.971	.053		
Kualitas Layanan X1	.483	.050	.619	9.661	.000	.936	1.069
Harga X2	.384	.055	.446	6.961	.000	.936	1.069

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa kedua variabel X1 dan X2 tidak mengalami multikolinearitas yang dibuktikan dari nilai kedua tolerance variabel yang lebih dari (>0,10) yaitu keduanya bernilai 0,923 dan hasil VIF kedua variabel dibawah (<10,00) yaitu sebesar 1,069.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 14
Uji heterokedastisitas



Berdasarkan hasil olah data di atas, dilihat dari pengamatan pola scatter plot jika plot membentuk sebuah pola, maka bisa dikatakan terjadi suatu heterokedasitas. Dan sebaliknya apabila gambar plot menyebar merata maka tidak terjadi heterokedasitas. Bisa dilihat bahwa hasil dari gambar pola scutter plot diatas tidak terjadi heterokedasitas, karena hasil plot menyebar dengan rata dan tidak membentuk pola tertentu.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 15
Uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.129	1.588		1.971	.053		
Kualitas Layanan X1	.483	.050	.619	9.661	.000	.936	1.069
Harga X2	.384	.055	.446	6.961	.000	.936	1.069

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Untuk mengetahui hasil regresi digunakan rumus :

$$Y = 3,129 + (0,483X_1) + 0,384X_2$$

1. Konstanta = 3,129
Jika variabel kualitas pelayanan dan harga diasumsikan tetap maka tidak akan menambah kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05.
2. Koefisien Kualitas Layanan X_1
Nilai koefisien Kualitas Layanan sebesar 0,483. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas layanan akan terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 48,3%
3. Koefisien Harga X_2
Nilai koefisien harga sebesar 0,384. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk lokasi akan terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 38,4%

Dapat disimpulkan dari kedua variabel diatas bahwa variabel yang paling dominan adalah kualitas pelayanan. Dimana pada tabel Unstandardized Coefficients menunjukkan pengaruh sebesar 0.483 atau 48,3%.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 16
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.850 ^a	.723	.715	1.22900	1.986

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.715 = 71,5% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan 28,5% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Tabel 17
Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.129	1.588		1.971	.053		
Kualitas Layanan X_1	.483	.050	.619	9.661	.000	.936	1.069
Harga X_2	.384	.055	.446	6.961	.000	.936	1.069

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil SPSS diatas untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel terikat dilakukan uji t. Pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya $< 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung = $9,661 > 1,665$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_1 yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Mama 1 Jombang diterima.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Harga diperoleh t hitung = $6,961 > 1,665$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari $0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_2 yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Mama 1 Jombang diterima.

Tabel 18
Uji Simultan (F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.994	2	141.997	94.010	.000 ^a
	Residual	108.752	72	1.510		
	Total	392.747	74			

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Dari uji ANOVA atau f test di dapat nilai f hitung sebesar $94,010$ dengan tingkat signifikansi 0.000 . Jadi signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan H_3 yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Mama 1 Jombang diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang ada, dapat dijelaskan dalam pembahasan bahwa hasil dari penelitian menjawab rumusan masalah dan dugaan hipotesis yang ada yaitu :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dibuktikan melalui hasil stastistik t hitung $> t$ tabel yaitu $9,661 > 1,66$.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dibuktikan melalui hasil stastistik t hitung $> t$ tabel yaitu $6,961 > 1,66$.
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar daripada harga. Dibuktikan melalui perbandingan nilai statistik motivasi yang lebih besar yaitu $9,661 > 6,961$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan harga terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh positif signifikan dibuktikan dengan nilai stastistik yaitu sebesar R square $0,715$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bakso mama 1 Jombang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bakso mama 1 jombang.
3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di bakso mama 1 Jombang.

Saran

1. Bagi Bakso Mama 1 Jombang

Saran bagi Bakso Mama 1 Jombang, lebih meningkatkan dan mempertahankan fasilitas yang selama ini sudah ada agar dapat memberikan imbal balik yang positif dari pelanggan terutama yang menyukai kuliner bakso, untuk indikator yang menurut pelanggan kurang/ rendah sebaiknya segera dilakukan perbaikan agar dapat selalu bersaing dengan usaha lain yang sejenis, contohnya seperti tempat parkir yang kurang luas, kebersihan, menu makanan yang harus di tambah.

2. Bagi Peneliti lain

Bagi peneliti lain diharapkan bisa menjadi pedoman dan bahan rujukan yang dapat memperdalam penelitian selanjutnya, dengan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daefid. 2017. Pengaruh Experiential Marketin Terhadap Loyalitas Konsumen dan Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada JOS CAFÉ Jombang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE PGRI DEWANTARA Jombang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Apilkasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang:Undip.
- Handoko Bagus.2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan.Prodi Manajemen STIE Harapan Medan.Vol.17 (01).
- Haryanto. Resty Avita. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran MC DONALD’S Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulagi Manado.
- Hidayat Dedi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pengunjung di Gembira Loka.

- Hosang Natasha dkk (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado). Universitas Sam Ratulangi. Vol.16 (1).
- Kotler. Philip Dan Kevin Lane Keller. 2011. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta:Indeks.
- Maulana Syarif Ade. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. Universitas Esa Unggul Jakarta. Vol.7 (02).
- Muzayanah Indriani Vivi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Kauman Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol.6 (12).
- Normasari.Selvy dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Fakultas Ilmu administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Panjaitan. Efendi Januar. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Administrasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Prasetyo Ari. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Universitas Negeri Semarang.
- Priansa Donni Junni. 2017. *Prilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung:Alfabeta.
- Prihandoyo, C. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE CABANG BALIKPAPAN. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116-129. Retrieved from <https://fem.uniba-bpn.ac.id/jurnal/index.php/geoekonomi/article/view/59>
- Ransulangi Silvia dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.3 (03).
- Rifai. Muhamad. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vol.01 (03).
- Safrizal.2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. Universitas Samudra. Vol.4 (01).
- Situmeang. Sari Lina. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. Univeritas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Tjiptono. Fandy. 2014. *Pemasaran Jas Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wahab. Wirdayani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau.
- Wijayanto. Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BANK. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Yuliati. Ai lili. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Administrasi dan Bisnis Universitas Telkom.