

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Identifikasi Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel atau responden adalah konsumen warung makan Hj. Hasnah, sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 orang yang berkunjung ke warung makan Hj. Hasnah dengan identifikasi sebagai berikut.

1) Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	38	15,8	63,3	63,3
	perempuan	22	9,2	36,7	100,0
	Total	60	25,0	100,0	

Sumber data: Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 38 orang atau sebesar 63,3% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 22 orang atau sebesar 36,7%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah laki-laki.

2) Usia

Tabel 4.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-22 Tahun	43	17,9	71,7	71,7
	23-29 Tahun	15	6,3	25,0	96,7
	>30 Tahun	2	,8	3,3	100,0
	Total	60	25,0	100,0	

Sumber data : Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa dari 60 responden sebanyak 71,7% atau sebanyak 43 responden berusia 16-23 tahun, kemudian 25,0% atau sebanyak 15 responden yang berusia 23-29 tahun dan 3,3% atau 2 responden berusia > 30 tahun.

3) Pekerjaan

Tabel 4.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	47	19,6	78,3	78,3
	Guru/Dosen	1	,4	1,7	80,0
	Karyawan/PNS	8	3,3	13,3	93,3
	Lainnya	4	1,7	6,7	100,0
	Total	60	25,0	100,0	

Sumber data : Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa 78,3% atau 47 orang responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, 1,7% atau 1 orang responden bekerja sebagai guru/dosen, kemudian 13,3% atau 8 orang responden bekerja sebagai karyawan/PNS, 6,7% atau 4 orang responden bekerja sebagai lainnya.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Adapun deskripsi data setiap variabel adalah sebagai berikut :

- a. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1)

No. Item	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	48,3	30	50,0	1	1,7	0	0	0	0	60	100
2	4	6,7	15	25,5	26	43,3	14	23,3	1	1,7	60	100
3	24	40,0	34	56,7	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
4	31	51,7	29	48,3	0	0	0	0	0	0	60	100
5	21	35,0	39	65,0	0	0	0	0	0	0	60	100
6	24	40,0	36	60,0	0	0	0	0	0	0	60	100
7	26	43,3	32	53,3	2	3,3	0	0	0	0	60	100
8	21	35,0	33	55,0	6	10,0	0	0	0	0	60	100
9	31	51,7	24	40,0	5	8,3	0	0	0	0	60	100
10	30	50,0	29	48,3	1	1,7	0	0	0	0	60	100
11	26	43,3	33	55,0	1	1,7	0	0	0	0	60	100
12	21	35,0	39	65,0	0	0	0	0	0	0	60	100
13	21	35,0	38	63,3	1	1,7	0	0	0	0	60	100

14	21	35,0	35	58,3	4	6,7	0	0	0	0	60	100
----	----	------	----	------	---	-----	---	---	---	---	----	-----

Sumber data : Data Primer yang diolah 2020

Dari tabel diatas,dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Untuk item 1, sebanyak 29 orang (48,3%) menjawab sangat setuju, 30 orang (50,0%) menjawab setuju dan 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 4 orang (6,7%) menjawab sangat setuju, 15 orang (25,5%) menjawab setuju, 26 orang (43,3%) menjawab kurang setuju, 14 orang (23,3%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab sangat tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 24 orang (40,0%) menjawab sangat setuju, 34 orang (56,7%) menjawab setuju, 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1,7 %) menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 31 orang (51,7%) menjawab sangat setuju, dan 29 orang (48,3%) menjawab setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, dan 39 orang (65,0%) menjawab setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 24 orang (40,0%) menjawab sangat setuju, dan 36 orang (60,0%) menjawab setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 26 orang (43,3%) menjawab sangat setuju, 32 orang (53,3%) menjawab setuju dan 2 orang (3,3%) menjawab kurang setuju.

- 8) Untuk item 8, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, 33 orang (55,0%) menjawab setuju dan 6 orang (10,0%) menjawab kurang setuju.
- 9) Untuk item 9, sebanyak 31 orang (51,7%) menjawab sangat setuju, 24 orang (40,0%) menjawab setuju dan 5 orang (8,3%) menjawab kurang setuju.
- 10) Untuk item 10, sebanyak 30 orang (50,0%) menjawab sangat setuju, 29 orang (48,3%) menjawab setuju dan 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju.
- 11) Untuk item 11, sebanyak 26 orang (43,3%) menjawab sangat setuju, 33 orang (55,0%) menjawab setuju dan 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju.
- 12) Untuk item 12, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, dan 39 orang (65,0%) menjawab setuju.
- 13) Untuk item 13, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, 38 orang (63,3%) menjawab setuju dan 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju.
- 14) Untuk item 14, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, 35 orang (58,3%) menjawab setuju dan 4 orang (6,7%) menjawab kurang setuju.
- b. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Harga yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Harga (X2)

No.	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	34	56,7	24	38,3	3	5,0	0	0	0	0	60	100
2	22	36,7	32	53,3	6	10,0	0	0	0	0	60	100
3	26	43,3	31	51,7	3	5,0	0	0	0	0	60	100
4	2	3,3	16	26,7	18	30,0	18	30,0	2	3,3	60	100
5	19	31,7	32	53,7	7	11,7	2	3,3	0	0	60	100
6	22	36,7	29	48,3	9	15,0	0	0	0	0	60	100
7	25	41,0	33	55,0	2	3,3	0	0	0	0	60	100
8	20	33,3	37	61,7	2	3,3	1	1,7	0	0	60	100
9	24	40,0	33	55,0	2	3,3	1	1,7			60	100
10	18	30,0	34	56,7	8	13,3	0	0	0	0	60	100
11	21	35,0	36	60,0	2	3,3	1	1,7	0	0	60	100

Sumber data : Data Primer yang diolah 2020

Dari tabel diatas,dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Untuk item 1, sebanyak 34 orang (56,7%) menjawab sangat setuju, dan 24 orang (38,3%) menjawab setuju, dan 3 orang (5,0%) menjawab kurang setuju.

- 2) Untuk item 2, sebanyak 22 orang (36,7%) menjawab sangat setuju, 32 orang (53,3%) menjawab setuju, dan 6 orang (10,0%) menjawab kurang setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 26 orang (43,3%) menjawab sangat setuju, 31 orang (51,7%) menjawab setuju, dan 3 orang (5,0%) menjawab kurang setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 2 orang (3,3%) menjawab sangat setuju, 16 orang (26,7%) menjawab setuju, 22 orang (36,7%) menjawab kurang setuju, 18 orang (30,0%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menjawab sangat tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 19 orang (31,7%) menjawab sangat setuju, 32 orang (53,3%) menjawab setuju, 7 orang (11,7%) menjawab kurang setuju, dan 2 orang (3,3%) menjawab tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 22 orang (36,7%) menjawab sangat setuju, 29 orang (48,3%) menjawab setuju, dan 9 orang (15,0%) menjawab kurang setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 25 orang (41,7%) menjawab sangat setuju, 33 orang (55,0%) menjawab setuju, dan 2 orang (3,3%) menjawab kurang setuju.
- 8) Untuk item 8, sebanyak 20 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, 37 orang (61,7%) menjawab setuju, 2 orang (3,3%) menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab tidak setuju.
- 9) Untuk item 9, sebanyak 24 orang (40,0%) menjawab sangat setuju, 33 orang (55,0%) menjawab setuju, dan 2 orang (3,3%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1,7%) menjawab tidak setuju.

10) Untuk item 10, sebanyak 18 orang (30,0%) menjawab sangat setuju, dan 34 orang (56,7%) menjawab setuju dan 8 orang (13,3%) menjawab kurang setuju.

11) Untuk item 11, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, 36 orang (60,0%) menjawab setuju, 2 orang (3,3%) menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab tidak setuju.

c. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Harga yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Jawaban Responden mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Item	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	17	28,3	35	58,3	8	13,3	0	0	0	0	60	100
2	18	30,0	35	58,3	6	10,0	1	1,7	0	0	60	100
3	9	15,0	44	73,3	6	10,0	1	1,7	0	0	60	100
4	21	35,0	33	55,0	6	10,0	0	0	0	0	60	100
5	26	43,3	31	51,7	3	5,0	0	0	0	0	60	100
6	20	33,3	36	60,0	4	6,1	0	0	0	0	60	100
7	23	38,3	36	60,0	1	1,7	0	0	0	0	60	100
8	20	33,3	37	61,7	3	5,0	0	0	0	0	60	100

9	17	28,3	37	61,3	6	10,0	0	0	0	0	60	100
---	----	------	----	------	---	------	---	---	---	---	----	-----

Sumber data: Data Primer yang diolah 2020

Dari tabel diatas,dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Untuk item 1, sebanyak 17 orang (28,3%) menjawab sangat setuju, 35 orang (58,3%) menjawab setuju, dan 8 orang (13,3%) menjawab kurang setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 18 orang (30,0%) menjawab sangat setuju, 35 orang (58,3%) menjawab setuju, 6 orang (10,0%) menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 9 orang (15,0%) menjawab sangat setuju, 44 orang (73,3%) menjawab setuju, 6 orang (10,0%) menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 21 orang (35,0%) menjawab sangat setuju, 33 orang (55,0%) menjawab setuju, dan 6 orang (10,0%) menjawab kurang setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 26 orang (43,3%) menjawab sangat setuju, 31 orang (51,7%) menjawab setuju, dan 3 orang (5,0%) menjawab kurang setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 20 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, 36 orang (60,0%) menjawab setuju, dan 4 orang (6,7%) menjawab kurang setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 23 orang (38,3%) menjawab sangat setuju, 36 orang (60,0%) menjawab setuju, dan 1 orang (1,7%) menjawab kurang setuju.

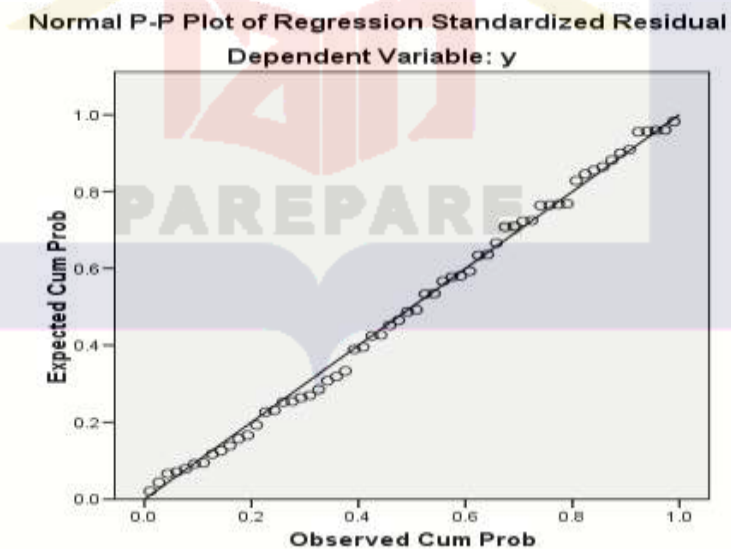
- 8) Untuk item 8, sebanyak 20 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, 37 orang (61,7%) menjawab setuju, dan 3 orang (5,0%) menjawab kurang setuju.
- 9) Untuk item 9, sebanyak 17 orang (28,3%) menjawab sangat setuju, 47 orang (61,7%) menjawab setuju, dan 6 orang (3,3%) menjawab kurang setuju.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak. Teknik dalam uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji P-Plot.

Gambar 4.1 Hasil uji normalitas menggunakan P-Plot



Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dasar pengambilan keputusan. Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

Dari gambar 4.1 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

Cara lain pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov*. Pedoman yang digunakan untuk melihat data normal adalah jika nilai *P-value* pada kolom *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *P-value* pada kolom *Asimp.Sig (2-tailed)* < *level of significant* ($\alpha = 0,05$) berarti data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah tabel hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Konsumen	Unstandardized Residual
N		60	60	60	60
Normal Parameters(a,b)	Mean	64,25	44,90	38,08	,0000000
	Std. Deviation	4,598	3,418	3,206	2,62913196
Most Extreme Differences	Absolute	,118	,088	,106	,055
	Positive	,118	,088	,082	,049
	Negative	-,083	-,063	-,106	-,055
Kolmogorov-Smirnov Z		,917	,684	,823	,427

Asymp. Sig. (2-tailed)	,369	,737	,507	,993
------------------------	------	------	------	------

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

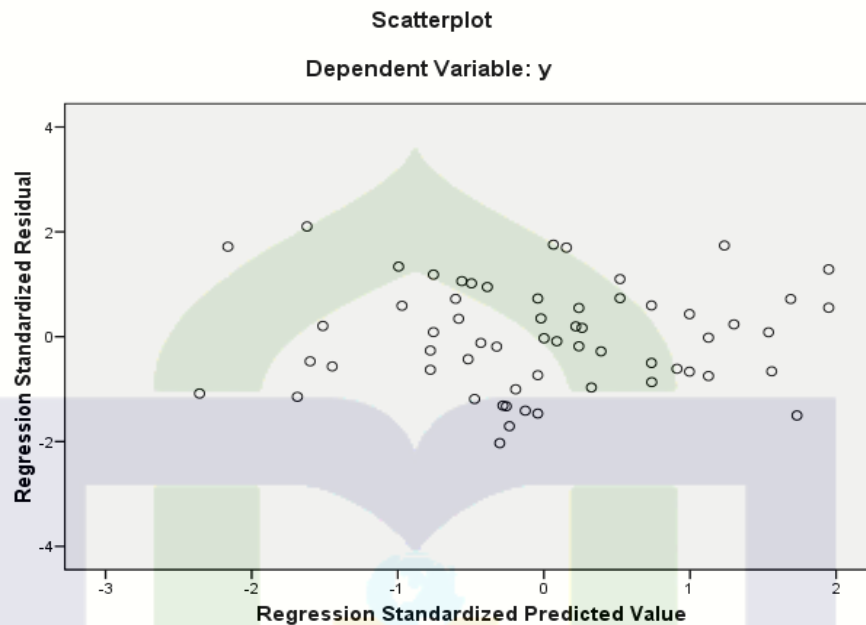
Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil output SPSS pada tabel diatas terlihat bahwa *Asimp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,369. Dikarenakan *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,369 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah berdistribusi normal. Sedangkan nilai *Asimp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Harga sebesar 0,737. Disebabkan *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,737 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Harga berdistribusi normal. Dan untuk variabel Kepuasan Konsumen nilai *Asimp.Sig (2-tailed)* yaitu 0,507. Dikarenakan *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,507 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kepuasan Konsumen adalah berdistribusi Normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot

Gambar 4.2 Hasil uji Heteroskedastisitas



Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Dasar pengambilan keputusan:

Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients(a)

Mode 1	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,812	1,232
X2	,812	1,232

a Dependent Variable: y

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil SPSS diatas, nilai *tolerance* semua variabel bebas (Kualitas Pelayanan: 0,812 dan Harga: 0,812) maka diketahui bahwa nilai $0,812 > 0,10$, dan kedua variabel antara Kualitas Layanan (X1) sebesar 1,232 dan Harga (X2) sebesar 1,232 lebih kecil dari 10, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi (hubungan) antara variabel bebas.

C. Pengujian Hipotesis

Analisis deskriptif meliputi data terkait persepsi responden mengenai variabel-variabel penelitian, dalam hal ini variabel yang ada dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen. Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Berdasarkan persentase skor jawaban responden dengan rumus sebagai berikut.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}}$$

Keterangan :

Skor aktual = jumlah skor jawaban responden

Skor ideal = jumlah skor maksimum (jumlah responden \times jumlah pernyataan \times 5)

Selanjutnya persentase skor jawaban responden yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan rentang persentase skor maksimum (5/5 = 100%) dan skor minimum (1/5 = 20%). Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Tabel Klasifikasi

Skor	Klasifikasi
84,01% - 100%	Sangat Baik
68,01% - 84,00%	Baik
52,01% - 68,00%	Cukup
36,01% - 52,00%	Buruk
20,00% - 36,00%	Sangat Buruk ³⁹

1) Uji *One Sample T Test*

Untuk mengetahui seberapa baik Kualitas, Harga, dan Kepuasan Konsumen Warung Makan Hj. Hasnah.

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009).

a) Kualitas Layanan (X1)

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 85% dari skor ideal, dan H_a lebih besar 85% dari skor ideal

$$H_{01} = \mu \leq 85\%$$

$$H_{a1} = \mu > 85\%$$

Tabel 4.10 Hasil Uji One Sample T Test Variabel Kualitas Layanan

One-Sample Test						
Test Value = 85						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
x1	-34,958	59	,000	-20,750	-21,94	-19,56

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -34,958 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-1$ = (60 – 1 = 59) dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$ untuk uji satu pihak (*One tail test*). Berdasarkan dk 59 dan $\alpha=0,05$ ternyata nilai t_{tabel} untuk uji satu pihak adalah 1,671. Dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} (-34,958 < 1,671) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bahwa Kualitas Layanan “paling tinggi 85% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 14 pernyataan adalah 4200. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang

diperoleh 3860 atau 91,9% dari skor ideal 4200. Dengan demikian Kualitas Layanan berada pada kategori sangat baik.

b) Harga (X2)

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 75% dari skor ideal, dan H_a lebih besar 75% dari skor ideal.

$$H_{02} = \mu \leq 75\%$$

$$H_{a2} = \mu > 75\%$$

Tabel 4.11 Hasil Uji One Sample T Test Variabel Harga

One-Sample Test						
Test Value = 75						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X2	-68,208	59	,000	-30,100	-30,98	-29,22

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -68,208 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-1$ = (60 – 1 = 59) dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$ untuk uji satu pihak (*One tail test*). Berdasarkan dk 59 dan $\alpha=0,05$ ternyata nilai t_{tabel} untuk uji satu pihak adalah 1,671. Dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($-68,208 < 1,671$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bahwa Kualitas Pelayanan “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 11 pernyataan adalah 3300. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2755 atau 83,4% dari skor ideal 3300. Dengan demikian Harga berada pada kategori baik.

c) Kepuasan Konsumen (Y)

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 75% dari skor ideal, dan H_a lebih besar 75% dari skor ideal.

$$H_{02} = \mu \leq 75\%$$

$$H_{a2} = \mu > 75\%$$

Tabel 4.12 Hasil Uji One Sample T Test Variabel Kepuasan Konsumen

One-Sample Test						
Test Value = 75						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Y	-89,182	59	,000	-36,917	-37,74	-36,09

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -89,182 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-1 = (60 - 1 = 59)$ dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$ untuk uji satu pihak (*One tail test*). Berdasarkan dk 59 dan $\alpha=0,05$ ternyata nilai t_{tabel} untuk uji satu pihak adalah 1,671. Dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($-89,182 < 1,671$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bahwa Kualitas Pelayanan “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat

diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 9 pernyataan adalah 2700. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2285 atau 84,6% dari skor ideal 2700. Dengan demikian Kepuasan Konsumen berada pada kategori sangat baik.

2) Korelasi *Pearson Product Moment*

Pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi jika signifikansi $< 0,05$ maka terdapat hubungan atau korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ aka tidak terjadi korelasi.

Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

		Correlations		
		x1	x2	y
x1	Pearson Correlation	1	,434**	,491**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000
	N	60	60	60
x2	Pearson Correlation	,434**	1	,479**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000
	N	60	60	60
y	Pearson Correlation	,491**	,479**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data: Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) nilai signifikansi $0,000 <$

0,005 yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X1 dan Y, maka H₄ diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa korelasi X1 terhadap Y yaitu 0,491 yang artinya tingkat korelasinya sedang.

Selanjutnya antara Harga dengan (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel Harga (X2) dengan variabel (Y), maka H₅ diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa korelasi X1 terhadap Y yaitu 0,479 yang artinya tingkat korelasinya sedang.

Terakhir variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Harga (X2) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,005$ yang berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X1) dengan Harga (X2), maka H₆ diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa korelasi X1 terhadap X2 yaitu 0,434 yang artinya tingkat korelasinya sedang.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,572 ^a	,328	,304	2,675	,328	13,890	2	57	,000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber data: Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Setelah sebelumnya sudah dijelaskan hubungan antara masing-masing variabel secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, maka tabel 4.19 diatas menggambarkan hubungan variabel X secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen.

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Jika *Sig f change* < 0,05, maka berkorelasi.

Jika *Sig f change* > 0,05, maka tidak berkorelasi.

Dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Sig F Change* adalah $0,000 < 0,05$ artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y), maka H_7 diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Y yaitu 0,572 yang artinya korelasi sedang.

3) Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau Kepuasan Kondumen (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df = n - k = 60 - 3 = 57$.

Hasil uji t yang dapat dilihat pada tabel *Coefficients* hubungan dari masing-masing variabel ondependen terhadap variabel dependen dapat dilihat nilai *p-value*. Nilai *p-value* yang memenuhi standar jika lebih kecil dari nilai *level of significant* yaitu 0,05.

Tabel 4.15 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,680	5,592		1,552	,126
	X1	,243	,084	,349	2,891	,005
	X2	,307	,113	,327	2,715	,009

a. Dependent Variable: Y

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Tabel Uji t telah dilakukan pada variabel Kualitas Layanan (X1) diketahui bahwa $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,005 < 0,05$ ini berarti Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial.

Sedangkan variable Harga (X2) diketahui bahwa $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,009 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Adapun variabel yang lebih berpengaruh secara parsial yaitu Kualitas layanan (X1) karena memiliki t hitung sebesar 2,891. Sedangkan variable Harga (X2) hanya memiliki t hitung sebesar 2,715.

4) Uji F (simultan)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari uji f dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap

variabel dependen jika *p-value* (pada kolom signifikan) lebih kecil dari *level of significant* yaitu 0,05.

Tabel 4.16 Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198,756	2	99,378	13,890	,000 ^a
	Residual	407,828	57	7,155		
	Total	606,583	59			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber data : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa *p-value* tersebut lebih kecil dari *level of significant* yaitu 0,05. Berarti Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen warung makan Hj. Hasnah Soreang Parepare secara simultan, karena $0,000 < 0,05$.

5) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Kualitas Layanan dan Harga) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena R square berkisar 0-1.

Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,328	,304	2,675

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber data: Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,328 atau 32,8%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variaebl independen yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konseumen (Y) sebesar 32,8%, sedangkan sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

6) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,680	5,592		1,552	,126
	X1	,243	,084	,349	2,891	,005
	X2	,307	,113	,327	2,715	,009

a. Dependent Variable: Y

Sumber data: Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B dalam sub

kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 8,680 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X_1) = 0,243, dan Harga (X_2) = 0,307. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi tersebut. Adapun persamaan regresi tersebut sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \epsilon$$

$$Y = 8,680 + 0,243 X_1 + 0,307X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 8,680 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan dan harga diabaikan sama dengan nol, maka kepuasan konsumen sebesar 8,680.
- 2) Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah sebesar 0,243. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,243. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,243.
- 3) Koefisien regresi dari harga adalah sebesar 0,307. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat harga adalah sebesar satu poin maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0,307. Begitupun sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen mengalami penurunan sebesar 0,307.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai t hitung tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol maka variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lain.

Dari hasil uji regresi liner berganda variabel Harga (X_2) yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,307 dibanding dengan variabel Kualitas Layanan yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,243.

D. Pembahasan Penelitian

1. Kualitas Layanan di warung makan Hj. Hasnah Soreang Parepare

Dari hasil uji *one sample t tes*, diperoleh nilai t hitung sebesar -34,958 dan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,671. Nilai t hitung ($-34,958$) < t tabel (1,671), maka dapat disimpulkan **H_{01} diterima** dan **H_{a1} ditolak**. Dengan demikian bahwa Kualitas Layanan “paling tinggi 85% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga dipopulasi dengan yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 14 pernyataan adalah 4200. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3860 atau 91,9% dari skor ideal 4200. Jika dilihat dari tabel skor klasifikasi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dengan skor 91,9% berada pada kategori sangat baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa Kualitas Layanan yang ada di warung makan Hj. Hasnah sangat baik, maka tentu saja mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas layanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

2. Harga pada warung makan Hj. Hasnah Soreang Parepare

Dari hasil uji *one sampe t test*, diperoleh nilai t hitung sebesar $-68,208$ dan diperoleh nilai t tabel sebesar $1,671$. Nilai t hitung $(-68,208) < t$ tabel $(1,671)$, maka dapat disimpulkan **H₀₂ diterima** dan **H_{a2} ditolak**. Dengan demikian bahwa Harga “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga dipopulasi dengan yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 11 pernyataan adalah 3300. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2755 atau 83,4% dari skor ideal 3300. Jika dilihat dari tabel skor klasifikasi dapat disimpulkan bahwa Harga dengan skor 83,4% berada pada kategori baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa Harga yang ada di warung makan Hj. Hasnah baik, maka tentu saja mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sebuah produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Jadi pihak produsen harus pandai dalam menetapkan harga jual suatu produk.

3. Kepuasan Konsumen warung makan Hj. Hasnah Soreang Parepare

Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t hitung sebesar $-89,182$ dan diperoleh nilai t tabel sebesar $1,671$. Nilai t hitung $(-89,182) < t$ tabel $(1,671)$, maka dapat disimpulkan H_{03} **diterima** dan H_{a3} **ditolak**. Dengan demikian bahwa Kepuasan Konsumen “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga dipopulasi dengan yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 9 pernyataan adalah 2700. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2285 atau 84,6% dari skor ideal 2700. Jika dilihat dari tabel skor klasifikasi dapat disimpulkan bahwa Harga dengan skor 84,6% berada pada kategori sangat baik baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa Kepuasan Konsumen yang ada di warung makan Hj. Hasnah sangat baik, maka tentu saja mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap jasa pelayanan dan harga cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

4. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di warung makan Hj. Hasnah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan memberikan kesan tersendiri bagi para konsumen untuk datang

kembali ke rumah makan tersebut. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Tabel *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (Y). Nilai korelasi kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,491 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0,000. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan (X1) tersebut memiliki nilai hubung yang cukup dan signifikan (*p value* < 0,05) terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka dapat disimpulkan bawa **H₀₄ ditolak** dan **H_{a4} diterima**. Pernyataan tersebut diperkuat pada tabel kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0,40 - 0,59 menandakan bahwa kekuatan hubungan cukup. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,491 yang berarti sedang.

Hal tersebut didukung oleh teori. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fajar Laksana, kualitas pelayanan memiliki lima indikator. Indikator tersebut terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Apabila kelima indikator tersebut telah terpenuhi oleh perusahaan maka secara tidak langsung akan memenuhi kepuasan konsumen.

Salah satu faktor kepuasan adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh lima faktor. Lima faktor tersebut juga salah satunya adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan hal tersebut harus sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi masyarakat (konsumen) penerima layanan. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemamouan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.

5. Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan harga secara parsial yang positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di warung makan Hj. Hasnah. Harga yang ditetapkan oleh warung makan ini sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat, harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang cukup terhadap kepuasan konsumen. Harga digunakan sebagai indikator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh karena itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan yang diberikan pada konsumen.

Tabel *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara harga (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Nilai korelasi harga (X2) dengan kepuasan (Y) sebesar 0,479 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0,000. Dengan demikian, variabel harga (X2) tersebut memiliki nilai hubung yang cukup dan signifikan (*p value* < 0,05) terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka dapat disimpulkan bawa H_{05}

ditolak dan **H_{a5} diterima**. Pernyataan tersebut diperkuat pada tabel kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0,40 - 0,599 menandakan bahwa kekuatan hubungan sedang. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,479 yang berarti sedang.

Hasil nilai signifikan diatas didukung dengan teori yang menunjang hasil analisis variabel harga yang berhubungan dengan variabel kepuasan konsumen. Menurut William J Stanton, harga memiliki empat indikator. Indikator tersebut terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Apabila keempat indikator tersebut telah terpenuhi oleh perusahaan maka secara tidak langsung akan memenuhi kepuasan konsumen.

Pemilik rumah makan harus pandai dalam menghitung laba sehingga dapat menetapkan harga makanan dengan tepat agar konsumen tidak merasa kemahalan. Dengan harga yang bersahabat atau terjangkau maka konsumen yang hobi kuliner tidak akan ragu untuk mencoba makanan yang disajikan warung makan tersebut.

6. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Harga

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap harga. Saat kualitas layanan (produk jasa) yang menjadi produk yang dijual dengan harga yang jauh lebih rendah dibanding harga secara umum, maka konsumen bisa jadi akan ragu terhadap kualitas produk jasa tersebut, konsumen akan khawatir baik akan hasil akhir atau bahaya yang bisa ditimbulkan, bahkan konsumen yang belum mengenal perusahaan

tersebut akan meragukan keahlian dari penyedia layanan dari perusahaan tersebut. Atau lebih tepatnya, penerapan harga sebuah produk jasa (Pelayanan) tidak boleh melewati batas harga yang bisa diterima oleh konsumen dalam suatu segment. Dengan demikian jika harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen akan tercipta, konsumen menganggap harga tersebut memberikan value (nilai).

Tabel memberikan informasi mengenai hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2). Nilai korelasi harga (X2) dengan kepuasan (Y) sebesar 0,434 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0,001. Dengan demikian, variabel Kualitas Pelayanan (X1) tersebut memiliki nilai hubung yang cukup dan signifikan (*p value* < 0,05) terhadap Harga (X2). Maka dapat disimpulkan bawa **H₀₆ ditolak** dan **H_{a6} diterima**. Pernyataan tersebut diperkuat pada tabel kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0,40 - 0,599 menandakan bahwa kekuatan hubungan sedang. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,434 yang berarti sedang.

7. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Bersama-sama dengan Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji Korelasi simultan berdasarkan nilai *Sig f Change* dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bawa **H₀₇ ditolak** dan

H_{a7} diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,572 atau korelasinya sedang. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama mempunyai hubungan yang signifikan dengan Kepuasan Konseumen dan mempunyai kekuatan hubungan sedang.

Kualitas pelayanan dan harga merupakan hal penting yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen sesuai atau bahkan melampaui harapan konsumen, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Harga juga mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen, apabila harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha tidak sesuai dengan manfaat produk atau jasa, maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

8. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil analisis menunjukkan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kosnumen warung makan Hj. Hasnah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang memiliki nilai positif dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari probabilitas 0,05. Maka dapat disimpulkan **H₀₈ ditolak** dan **H_{a8} diterima**.

Secara simultan kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hj. Hasnah. Besarnya pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah 32,8%. Namun masih

terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Total nilai variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 67,2%.

Berdasarkan output SPSS, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \epsilon$$

$$Y = 8,680 + 0,243 X_1 + 0,307X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,243 yang berarti bahwa apabila Harga (X2) konstan, maka dengan adanya peningkatan Kualitas Pelayanan mengakibatkan Kepuasan Konsemen juga meningkat.
- 2) Koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,307 yang berarti bahwa apabila Kualitas Pelayanan (X1) konstan, maka dengan adanya peningkatan Harga mengakibatkan Kepuasan Konsemen juga meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Rina Sukmawati, bawa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Pelanggan atau konsumen yang secara kontinue dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan mereka puas akan produk dan jasa yang diberikan suatu perusahaan. Adanya perasaan yang lebih yang dirasakan ketika suatu hasrat keinginan yang diharapkan tercapai.

9. Variabel Yang Dominan Berpengaruh Secara Simultan Atau Secara Bersama-Sama Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai t hitung tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol maka variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lain.

Dari hasil uji regresi liner berganda variabel Harga (X2) yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,307 dibanding dengan variabel Kualitas Layanan yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,243.