



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3(2) 2024: 23161-23170

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Selow di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang

Siti Hoirunnisa¹, Zakaria²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

e-mail: sitihoirunnisa0@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Agustus 2024 Disetujui Agustus 2024 Diterbitkan Agustus 2024</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba dengan batas kesalahan yang ditorelir sebesar 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi sederhana $Y = 4,712 + 0,833 X_1$. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau $(10,301 > 1,986)$. Dengan demikian H_01 ditolak dan H_a1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi sederhana $Y = 10,078 + 0,753 X_2$. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau $(12,261 > 1,986)$. Dengan demikian H_02 ditolak dan H_a2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi berganda yaitu $Y = 3,096 + 0,418X_1 + 0,514X_2$. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau $(59,421 > 3,094)$. Dengan demikian H_03 ditolak dan H_a3 diterima artinya Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction</p>	<p><i>The aim of this research is to determine the influence of service quality and price on consumer satisfaction at Kedai Slow in Taban Jambe Tigaraksa Tangerang, both partially and simultaneously. The research method used is quantitative. The sampling technique used is non-probability sampling, the sampling technique uses the Rao Purba formula with a tolerable error limit of 10% so that a sample of 96 respondents is obtained. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, analysis of the coefficient of determination, and hypothesis testing. The research results showed that Service Quality had a significant effect on Consumer Satisfaction with a simple</i></p>

regression equation $Y = 4.712 + 0.833 X_1$. Hypothesis testing obtained a calculated t value $>$ t table or $(10.301 > 1.986)$. Thus, H_01 is rejected and H_a1 is accepted, meaning that there is a significant influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. Price has a significant effect on Consumer Satisfaction with the simple regression equation $Y = 10.078 + 0.753 X_2$. Hypothesis testing obtained a calculated t value $>$ t table or $(12.261 > 1.986)$. Thus, H_02 is rejected and H_a2 is accepted, meaning that there is a significant influence of price on consumer satisfaction. Service Quality and Price on Consumer Satisfaction with the multiple regression equation, namely $Y = 3.096 + 0.418X_1 + 0.514X_2$. Hypothesis testing obtained a calculated F value $>$ F table or $(59.421 > 3.094)$. Thus, H_03 is rejected and H_a3 is accepted, meaning that there is a significant simultaneous influence of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kedai Selow didirikan pada tahun 2017 oleh Siti Hoirunnisa, berlokasi di Taban Jambe, Kabupaten Tangerang. Kedai ini telah dikenal luas di kalangan anak muda, terutama karena menu andalannya, ayam geprek. Selain itu, Kedai Selow menawarkan berbagai macam menu lainnya misalnya: ayam penyet, ayam reches, nasi bakar, nasi goreng, kwetiau goreng, lumpia basah, bakso mercon, seblak, serta masih banyak lagi. Terletak di Kampung Taban Ladu, Kecamatan Jambe, Kabupaten Tangerang, Kedai Selow dioperasikan oleh satu pemilik serta satu karyawan perempuan.

Para pebisnis perlu memikirkan cara untuk membuat konsumen senang dan mengubah kegembiraan tersebut menjadi pengalaman yang tak terlupakan saat membeli produk mereka. Oleh karena itu, industri kuliner memerlukan perubahan paradigma yang menantang kebijakan konvensional. Awalnya, penyediaan menu makanan dan minuman merupakan fokus utama industri kuliner. Namun, konsumen saat ini menginginkan pendekatan yang lebih modern, yang mencakup berbagai fasilitas tambahan seperti WiFi, live music, dan lainnya. Konsumen sangat tertarik dengan fasilitas tambahan ini, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada keputusan pembelian mereka.

Ketika suatu produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, hal itu menghasilkan kepuasan konsumen pasca pembelian. Sebaliknya, jika nilai yang diterima tidak sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan konsumen diukur dengan membandingkan kinerja yang dirasakan dengan ekspektasi mereka. Pelayanan yang lambat atau kesalahan yang merugikan konsumen adalah contoh kinerja yang tidak memenuhi harapan, yang menghasilkan persepsi negatif. Sebaliknya, ketika ekspektasi konsumen terpenuhi atau terlampaui, misalnya melalui proses yang cepat atau staf yang berempati, akan meninggalkan kesan positif terhadap kinerja layanan tersebut.

Zuchtami serta Bitner, 2019: 111, "Sejumlah faktor berdampak seberapa puas konsumen, serta ini sangatlah penting. Kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, keadaan situasional, serta faktor manusia merupakan faktor penentu utama kepuasan konsumen". Bisnis menerapkan berbagai strategi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Memenuhi setiap keinginan pelanggan adalah kunci keberhasilan di pasar yang kompetitif. Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler dan Keller: 2021) Untuk menghasilkan pendapatan, bisnis menganggap pelanggan sebagai aset berharga. Oleh karena itu, mereka berupaya keras untuk memastikan pelanggan merasa puas sehingga mereka terus kembali untuk membeli lebih banyak.

Kedai Selow, sebagaimana halnya banyak usaha kuliner lainnya, menghadapi tantangan dalam mempertahankan konsumen serta bertahan di tengah persaingan yang sengit di industri tersebut. Salah satu pendekatan yang ditempuh oleh Kedai Selow adalah merancang strategi yang cermat guna meningkatkan profitabilitasnya. Namun, kesuksesan strategi tersebut sangat tergantung pada dukungan dari konsumen yang selalu menuntut kepuasan atas layanan yang diberikan. Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen

saat melakukan proses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Berikut ini adalah omzet 3 tahun terakhir Kedai Selow.

Kedai selow ini hanya memiliki satu karyawan saja sehingga tidak adanya struktur organisasi pada kedai selow ini karena pada penelitian ini jumlah konsumen nya tidak diketahui atau bisa di sebut berubah-ubah Dan populasinya tidak di ketahui juga, jadi penelitian ini menggunakan rumus RAO Purba dimana Rao Purba dengan batas kesalahan yang ditorelir sebesar 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Rumus rao purba digunakan apabila populasi dalam penelitian merupakan populasi yang tak hingga. Menurut Rao purba pada prinsipnya tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan presentasi yang di anggap tepat dalam menentukan sampel

Menurut Tjiptono (2019:95), “menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Guna memastikan kepuasan konsumen , kafe serta restoran secara konsisten memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran misalnya: kualitas produk, harga, serta layanan yang disediakan guna mencapai standar kualitas tertinggi. Mengakui pentingnya peran konsumen serta dampak dari kepuasan, restoran harus aktif dalam mengejar metode-metode guna memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen Oleh karena itu, perusahaan diharapkan guna secara berkelanjutan memantau berbagai faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Pelayan menyakinkan konsumen tentang kualitas produknya kurangnya meyakinkan konsumen tentang kualitas produk karena keterbatasan waktu yang tersedia dan kurangnya memanfaatkan media sosial dalam pemasarannya Sehingga beberapa konsumen tidak mengetahui secara detail kualitas produk yang dijual kedai selow dan ada beberapa konsumen merasa kurang yakin dan puas dengan apa yang mereka terima. Para konsumen merasa diterima keluhannya ketidak mampuan Menanggapi Keluhan dengan Baik dikarenakan antara jumlah pelayan dan jumlah konsumen yang harus dilayani membuat beberapa keluhan mungkin tidak ditangani dengan cepat atau sepenuhnya, yang berdampak pada kepuasan konsumen.

Dalam menghadapi persaingan dari kompetitor, Kedai Selow harus terus berinovasi dan menjaga kualitas menu serta layanan mereka. Persaingan di sektor kuliner sangat ketat, dengan banyaknya kedai dan restoran lain yang menawarkan menu serupa dengan harga yang kompetitif. Oleh karena itu, Kedai Selow perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif, memperbaiki pelayanan, dan terus menambahkan variasi menu untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan memperhatikan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah, Kedai Selow dapat menjaga keunggulannya di pasar dan memastikan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Adanya penyesuaian harga dengan kualitas produk sangat penting. Karena kedai selow lebih memilih kualitas produk yang terbaik namun dengan harga yang sesuai dibandingkan memilih harga yang murah namun tidak sesuai dengan kualitas produknya. Dari beberapa menu yang ada di Kedai selow menentukan harga dilihat dari permintaan konsumen yang membandingkan dengan kompetitor terdekat. Oleh karena itu harga lebih murah dari kompetitor karena kedai selow lebih memilih mendapatkan keuntungan yang tipis namun peminatnya banyak.

Harga yang murah pada kedai selow disesuaikan karena melihat dari tempat yang berada di perkampungan namun masih bisa bersaing dengan kompetitor terdekat. Dan harga yang mahal juga di sesuaikan dengan kualitas produknya. Kemudian dengan tempat yang nyaman dan parkir yang luas ternyata bisa menarik konsumen dan mampun membuat kedai selow mempunyai daya saing yang kuat. Dengan informasi ini, Kedai Selow dapat menilai posisi harga mereka dalam pasar dan menentukan strategi yang tepat untuk tetap bersaing dengan kompetitor. Di Taban Jambe, tidak terdapat kedai kafe karena wilayah tersebut masih merupakan perkampungan. Oleh karena itu, Kedai Selow menjadi Kedai Cafe pertama di Taban. Di samping kualitas layanan, harga juga merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Menurut Hasan (2008:298), harga merujuk pada segala bentuk biaya moneter yang dikeluarkan oleh konsumen guna memperoleh, memiliki, serta menggunakan sejumlah kombinasi dari barang serta layanan dalam suatu produk. Sementara menurut Saladin (2008:95), harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar guna mendapatkan produk atau jasa, atau dapat juga diartikan sebagai penilaian nilai suatu produk di dalam pikiran konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang baik secara parsial maupun secara simultan.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:44) penelitian asosiatif yaitu “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan demikian penelitian asosiatif ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua konsumen yang melakukan pembelian pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibuat berupa pernyataan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*. Kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data kualitas pelayanan dan harga yang ada di di Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	4.712	2.830		1.665	.099
Kualitas Pelayanan	.833	.081	.728	10.292	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 diperoleh persamaan regresi $Y = 4,712 + 0,833 X_1$. Dari persamaan di atas dapat diketahui bahwa: Nilai konstanta sebesar 4,712 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 4,712 *point*. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,833 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,833 *point*.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	10.078	1.972		5.111	.000
Harga	.753	.062	.782	12.147	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2 diperoleh persamaan regresi $Y = 10,078 + 0,753 X_2$. Dari persamaan di atas dapat diketahui bahwa: Nilai konstanta sebesar 10,078 diartikan bahwa jika variabel Harga (X_2) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 10,078 *point*. Nilai koefisien regresi Harga (X_2) sebesar 0,753 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,753 *point*.

Tabel 3. Hasil Uji regresi linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	3.096	2.350		1.318	.191
Kualitas Pelayanan	.418	.091	.365	4.587	.000
Harga	.514	.077	.533	6.692	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan tabel 3 di atas persamaan regresi dari hasil tersebut dalam persamaan regresi bentuk standar adalah sebagai berikut: $Y = 3,096 + 0,418X_1 + 0,514X_2$ Dari persamaan di atas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 3,096 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) tidak dipertimbangkan, maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 3,096 *point*.
2. Nilai Kualitas Pelayanan (X_1) 0,418 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) akan mengakibatkan terjadinya kenaikan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,418 *point*.
3. Nilai Harga (X_2) 0,514 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X_2) akan mengakibatkan terjadinya kenaikan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,514 *point*.

Uji Koefisien Korelasi (r)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Antara Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

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

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil output dari tabel 5 di atas dapat diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,728, artinya korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,728 Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya hubungan positif sebesar 0,728 antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen termasuk dalam korelasi **Kuat**.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

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

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil output dari tabel 6 di atas dapat diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,782 artinya korelasi Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,782. Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya hubungan positif sebesar 0,782 antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen termasuk dalam korelasi **Kuat**.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.679	4.073

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan tabel 7 di atas yaitu model *summary* yang dihasilkan nilai koefisien korelasi R sebesar 0,828 artinya korelasi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,828 hal ini dapat dikatakan bahwa adanya hubungan positif dan termasuk korelasi **Sangat Kuat**.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.525	4.954
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil output dari tabel 8 di atas dapat diperoleh nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,530. Data tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen memberikan kontribusi sebesar 53,0%, sisanya sebesar (100%-53,0%) 47% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.615	.611	4.483
a. Predictors: (Constant), Harga				

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil output dari tabel 9 di atas dapat diperoleh nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,615. Data tersebut mengindikasikan bahwa Harga terhadap Kepuasan Konsumen memberikan kontribusi sebesar 61,5%, sisanya sebesar (100%-61,5%) 38,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 10 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.679	4.073
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil output dari tabel 10 di atas dapat diperoleh nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,686. Data tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen memberikan kontribusi sebesar 68,6%, sisanya sebesar (100% - 68,6%) 31,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Uji t (Hipotesis Secara Parsial)

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.795	2.821		1.700	.093
Kualitas Pelayanan	.831	.081	.728	10.301	.000
a. Dependent Variable: Kualitas Produk					

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (10,301 > 1,986) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.075	1.955		5.152	.000
Harga	.754	.061	.784	12.261	.000
a. Dependent Variable: Kualitas Produk					

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(12,261 > 1,986)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $< Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F

Tabel 13 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2116.808	2	1058.404	59.421	.000 ^b
Residual	1656.525	93	17.812		
Total	3773.333	95			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan
b. Predictors: (Constant), Harga, Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasar uji F tabel di dapatkannya hasil perhitungan uji Fhitung yakni sebesar $59,421 > F_{tabel}$ $3,094$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karenanya itu H_0 ditolak dan H_a diterima, perihal ini menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan Regresi $Y = 4,712 + 0,833X_1$. Nilai Koefisien Korelasi sebesar $0,728$ dimana nilai tersebut berada pada interval $0,600 - 0,799$, artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai Koefisien Determinasi $0,530$ atau $53,0$ yang menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara bagian yang tersisa, yaitu $(100\% - 53,0\%) = 47\%$ terpengaruh oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi penelitian. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(10,301 > 1,986)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $< Sig.0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Oleh karenanya itu H_0 ditolak dan H_1 diterima, perihal ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh *Febby Gita Cahyani. A. Et al., (2016)*. Adapun jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. Hasil penelitian ini kualitas Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar $48,7\%$, sedangkan sisanya $51,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan Regresi $Y = 10,078 + 0,753X_2$. Hasil analisis, di dapatkan nilai koefisien korelasi yakni $0,782$ yang berada dalam interpretasi $0,600 - 0,799$ dengan sebab hubungan sedang. Koefisien determinasi $0,615$ yang menunjukkan bahwasanya variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan karena bernilai sebesar $0,615\%$. Sementara bagian yang tersisa, yaitu $(100 - 61,5\%) = 38,5\%$ terpengaruh oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi penelitian. Uji hipotesis di dapatkannya nilai t hitung $> t_{tabel}$ atau $(12,261 > 1,986)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $< Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Oleh karenanya itu H_0 ditolak dan H_2 diterima, perihal ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh *H. Hastono, Mila Diana, (2021)*. Adapun jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden Restoran Pepper Lunch cabang Central Park Jakarta Barat. Hasil penelitian ini kualitas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar $65,2\%$, sedangkan sisanya $34,8\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 3,096 + 0,418X_1 + 0,514X_2$. Diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,828 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800- 0,1000, sehingga dapat dinyatakan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki tingkat hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Diperoleh nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,868 atau 86,8% yang menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara bagian yang tersisa, yaitu $(100-86,8\% = 13,2\%)$ terpengaruh oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi penelitian. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $59,421 > F$ tabel 3,094 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh H. Hastono, Mila Diana, (2021). Adapun jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden Restoran Pepper Lunch cabang Central Park Jakarta Barat. Hasil penelitian ini kualitas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 65,2%, sedangkan sisanya 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

KESIMPULAN

Bagian akhir tulisan ini berisi kesimpulan pada penelitian dan diskusi yang telah direalisasikan tentang bagaimana kualitas pelayanan dan harga memengaruhi kepuasan konsumen pada kedai slow di taban jambe tigaraksa tangerang. Berikut yakni beberapa kesimpulan yang dicapai penulis:

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 4,712 + 0,833 X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,728 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,530 atau 53,0% sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif t hitung $> t$ tabel atau $(10,301 > 1,986)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang.
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 10,078 + 0,753 X_2$, koefisien korelasi sebesar 0,782 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,615 atau sebesar 61,5% sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(12,261 > 1,986)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang,
3. Secara simultan terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 3,096 + 0,418X_1 + 0,514X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,828 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) mempunyai tingkat hubungan yang Sangat Kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,686 atau sebesar 68,6% sedangkan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(59,421 > 3,094)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen pada Kedai Slow Di Taban Jambe Tigaraksa Tangerang.

REFERENSI

- Abdillah, Susilawati, dan Purwanto. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance pada Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun (2017-2018). *Journal Riset Mahasiswa Akuntansi* 4(1): 1-14
- Abdul Gofur, (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 1(1).P-ISSN 2527-7502 Hall 37-44 Manajemen dan Bisnis.
- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abdullah Thamrin & Tantri Francis. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan 2*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Aditama. (2020). *Pengantar Manajemen*. Penerbit AE Publishing.
- Ahmadi., 2013., *Psikologi Belajar*, Prestasi Pustaka, Jakarta.
- Ahmed, S., Tarique, K. M., & Arif, I. (2017). Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector. *International journal of health care quality assurance*
- Aisyah dkk (2020). *Manajemen Keuangan Yayasan*. Kita Menulis.
- Akbar, Hairil, dkk. (2021). *Desain Penelitian Mixed Method*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Akbar.R.S.(2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek. Stei Jakarta.
- Alhamda, Syukra dan Sriani, Yustina. (2015). *Buku Ajar Ilmu Kesehatan Masyarakat (IKM)*. Jakarta: Deepublish
- Ali Hasan, 2018, *Marketing, Media Utama*, Yogyakarta.
- Ali Hasan. (2018). *Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian*. Indonesoan Indovisi Institute, 1(Iii), 83–104. Diambil dari <http://journal.dosenindonesia.org>
- Ali Hasan. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Ali Maddinsyah dan Muntamah Jannah (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Mandiri (Jamu keliling) milik Ibu SumarniUniversitas Pamulang. *Jurnal perkusi* 1(1) ISSN: 2655-3724
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Permasalahan Jasa*. Cetakan Ke 13 CV. Alfa Beta. Bandung
- Amanah D. & Harahap D.,A., (2018). “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 11 (03)
- Arisandra, M. L. dkk. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tenun Ikat Di Cv. Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan.

Journal of Management Studies, 15.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/12511/6125>

- Assauri, S. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmaja Jaka (2018). *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. *Jurnal Ecodomica* Vol2, No. 1, April 2018.
- Besse Arna Wisudaningsi, Dkk (2019) *Pengaruh kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan analisis regresi* Universitas Pamulang. *Jurnal Statistik dan matematika* 1(1). ISSN: 2655-3724
- Chrismardani, Y. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm*. 8(2), 14.
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, USA: McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat.
- Danang, Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Databoks (2019). *Indonesia jadi negara dengan pertumbuhan E-Commerce tercepat didunia.*:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren_pengguna-e-commerce-2017-2023#. diakses pada 11 Februari 2021
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gilang Riki Ramadhana, Sugiyono (2022) *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Nay Coffee Surabaya Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat*. 2017 *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen amanda brownies*.
- Haerunnisa, Galuh Artika, Lidya Laras Murdiantoro Pratama, Yuliana, Sarwani (2022), *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Autoworld di bintaro Tangerang selatan*. *Jurnal perkusi* 1(1).
- Haerunnisa, Galuh Artika, Lidya Laras Murdiantoro Pratama, Yuliana, Sarwani (2022), *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Autoworld di bintaro Tangerang selatan* Universitas Pamulang. *Jurnal Perkusi* 1(1).
- Handoko, L. P. (2016). *The Effect of Product Quality and Delivery Service on Online-customer Satisfaction in Zalora Indonesia*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Hery, (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gava Media
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Putra, Andrie Andhika .(2015). *.Pengaruh Motivasi Belajar dan Perhatian Orang Tua terhadap Prestasi Belajar Akuntansi*
- Riinawati, (2019), *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*, pustaka baru press, Yogyakarta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sunyoto, D. (2020). *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: PT Rafika Aditama Anggota Ikapi
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978 – 623 – 01 – 0194 – 6.