

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN PUTRI MINANG DI KOTA PANGKALPINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19)

ICA SHANIA

Zamhari

Rizal R. Manullang

Management Program

STIE-IBEK Bangka Belitung

Pangkalpinang, Indonesia

e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract - This research was entitled in Bahasa Indonesia: "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Putri Minang Di kota pangkalpinang pada Masa Pandemi Covid-19)". This research was conducted during pandemic of Covid-19 (April 2021-June 2021) and was carried out with standard health protocol as being announced nationally, such as gathering the data via online and interview nor observation by telecommunication. The research was administrated in City of Pangkalpinang and consists of 83 pages without attachments.

The purpose of this study was to determine how strong the influence of the Product Quality, Price Perception and Service Quality Control toward the dependent variable which is defined as Customer Satisfaction. This study runs by using quantitative data analysis and was using a Multiple Linear Regression Analysis along with Coefficient of Determination.

The results of the analysis state that the product quality variable has an effect on customer satisfaction with the results (t-count (-3.049) while t-table 1.66055). in other words (t-count value (-3.049) > t-table value 1.66055) then clearly H1 is accepted.

The results of the analysis state that the price perception variable has an effect on customer satisfaction with the results (t-count 2.095 while t-table 1.66055) in other words. (T-count value 2.095 > T-table value 1.66055) then clearly H2 is accepted.

The results of the analysis state that the service quality variable affects customer satisfaction with the results (t-count 4.670 while t-table 1.66055) so in other words ((t-count value 4.670 while t-table value 1.66055) then clearly H3 is accepted.

As simultaneously or together, it shows that the variables of product quality, price perception, service quality have a significant and significant effect on customer satisfaction with the results of F-count 10,587 and F-table value of 2.70. In other words, Fcount (10,587) > Ftable (2,70).), therefore it is shown that H0 is rejected and H4 is accepted. With the coefficient of determination obtained a value of 0.225, which means that the independent variable can explain the dependent variable simultaneously at 22.5%, and the remaining 77.5% is explained by other independent variables not used in this study.

Keywords :Product Quality, Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah di Indonesia berdampak pada berbagai sektor, tak terkecuali sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner dan pemilik restoran di dunia terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu, dan tak sedikit yang mengalami kebangkrutan. Timbulnya perubahan perilaku pelanggan yang mulai dari makan ditempat menjadi dibawa pulang karena adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dikarenakan membatasi ruang lingkup bagi pelayan dengan alasan kondisi kesehatan. Salah satunya berdampak pada usaha di Pangkalpinang tidak terkecuali usaha Rumah makan putri minang. Hal ini membuat pelaku usaha menetapkan strategi baru untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi bagaimana perilaku pelanggan yaitu dengan melakukan riset yang berkaitan dengan kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di rumah makan putri minang.

Usaha rumah makan putri minang ini hadir dengan menyediakan berbagai keanekaragaman produk. Tetapi semenjak pandemi covid-19 ini keanekaragaman produk rumah makan putri minang tidak memuaskan karena melonjaknya harga bahan dan bumbu rempah-rempah melambung tinggi mengakibatkan produk dirumah makan putri minang agak sedikit berbeda. Rumah makan putri minang juga memberi harganya pun mengalami perbedaan dari yang lain sehingga mengakibatkan kurangnya kepuasan pelanggan pada produk dirumah makan putri minang.

Harga adalah satu-satunya elemen pemasaran, proses bekerja dengan pasar untuk mencapai tujuan potensi transaksi yang memenuhi kebutuhan manusia. Menetapkan harga bagi pemilik bisnis sangatlah tidak mudah. Harga yang berlebihan akan menurunkan minat beli konsumen. Terdapat beberapa rumah makan di sekitar lingkungan rumah makan Putri Minang yang dapat dipilih, dan konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memutuskan dalam memilih rumah makan tertentu. Rumah makan Putri Minang berusaha untuk memenuhi standar yang dipertimbangkan oleh

pelanggan, baik itu kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Apabila hal ini diabaikan maka akan terjadi kesenjangan antara ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan Rumah Makan Putri Minang, sehingga keberhasilan komunikasi Rumah makan Putri Minang dengan pelanggan sangat bergantung pada kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian pendahuluan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kualitas dari keseluruhan produk yang ditawarkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan putri minang.
2. Mengidentifikasi pengaruh faktor persepsi harga yang ditawarkan berpengaruh kepuasan pelanggan dirumah makan putri minang.
3. Mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan putri minang.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan putri minang.

II. LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016), menyatakan bahwa *“Product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need, including physical goods, services, experiences, events, persons, places, properties, organizations, information, and ideas.”* Yang dapat diartikan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Menurut Tjiptono (2014), ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dan dalam situasi yang berlainan, antara lain:

1. *Transcendental approach.*
2. *Product-based approach.*
3. *User-based approach.*
4. *Manufacturing-based dan approach.*
5. *Value-based approach.*

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap kinerja suatu produk atau jasa oleh karena itu, 1) *Transcendental approach.* 2) *Product-based approach.* 3) *User-based approach.* 4) *Manufacturing-based dan approach.* 5) *Value-based approach.*

Persepsi Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2008), menyatakan bahwa “istilah harga secara sederhana dapat di artikan sebagai satuan moneter dan aspek lain yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang di perlukan untuk mendapatkan suatu produk.”

Menurut Tjiptono (2012) menyatakan bahwa “konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga yaitu: “sejumlah uang atau (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.”

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016), kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016), ada 6 pokok prinsip pokok dalam kualitas pelayanan, adalah:

1. Kepemimpinan.
2. Pendidikan.
3. Perencanaan.
4. *Review Proses.*
5. Komunikasi.
6. Penghargaan dan pengakuan.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan pelatihan adalah sebuah proses untuk meningkatkan kompetensi pegawai dan dapat melatih kemampuan, keterampilan, keahlian dan pengetahuan pegawai guna melaksanakan pekerjaan secara efektifitas dan efisien untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

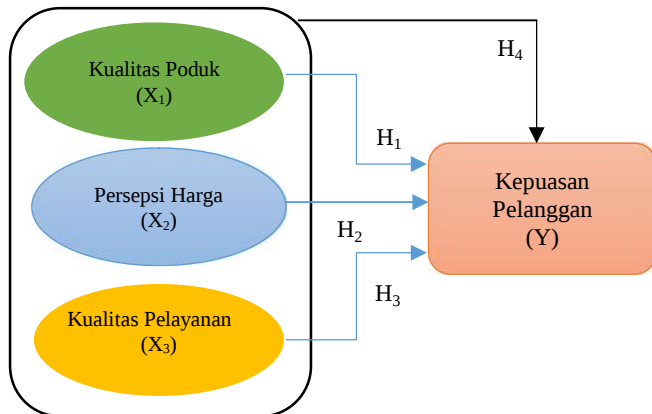
Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2015) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013), menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1.



Sumber : data hasil olah peneliti (2021)

Hipotesis

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. H1 : Terdapat pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Putri Minang.
2. H2 : Terdapat pengaruh persepsi harga makanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Putri Minang.
3. H3 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Putri Minang.
4. H4 : Terdapat pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Putri Minang.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa “penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.” Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini yang berjudul “kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan” akan dilaksanakan pada Rumah Makan Putri Minang. Yang berlokasi Jl. Depati Hamzah. Penelitian ini dilaksanakan pada saat pengajuan judul proposal yaitu, bulan februari sampai dengan selesai di Rumah Makan Putri Minang.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Padang Putri Minang sebanyak 6000 responden sumber data dari wawancara di rumah makan putri minang.

Sampel penelitian mengutip menurut Arikunto (2010) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti)”. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Padang Putri minang sebanyak 100 orang. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Teknik Analisis Data

Kegiatan ini meliputi : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian kuantitatif terdapat dua macam statistic yang digunakan yaitu: statistic deskriptif dan statistic inferensial (Sugiyono, 2010). Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *Program Software Jeffreys's Amazing Statistics Program* JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-Amsterdam*.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Menurut Imam Ghazali (2013:53) apabila r hitung > r tabel, maka dapat dikatakan data tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistik *cronbach's alpha* (α) dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,7$ (Ghozali, 2011).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018) menyatakan bahwa “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data secara normal atau mendekati normal. Data dikatakan normal jika titik-titik *scatterplot* menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Cara yang digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas melalui *tolerance value* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Jika *tolerance value* > 0,1 dan *VIF* ≤ 10 maka tidak terjadi *multikolinieritas* (Ghozali, 2011).

Uji Heterokadastisitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatterplot* menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

A = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

e = Standar Error/Variabel Pengganggu

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengujian Signifikan Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel, baik variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut yang signifikan secara statistik. Kriteria keputusan yaitu apabila t hitung > t tabel atau nilai probabilitas < 0,05 maka variabel independen berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji F ini juga sering disebut sebagai uji simultan. Kriteria pengujian hipotesis dalam penggunaan statistik F adalah ketika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Apabila F hitung > F tabel atau nilai probabilitas < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

IV. PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1.
Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1.	0,688	0,195	Valid
	X1.2.	0,777	0,195	Valid
	X1.3.	0,806	0,195	Valid
	X1.4.	0,753	0,195	Valid
	X1.5.	0,754	0,195	Valid
Persepsi Harga	X2.1.	0.556	0,195	Valid
	X2.2.	0.556	0,195	Valid
	X2.3.	0.609	0,195	Valid
	X2.4.	0.609	0,195	Valid
	X2.5.	0.588	0,195	Valid
	X2.6.	0.546	0.195	Valid
	X2.7.	0.568	0,195	Valid
	X2.8.	0.577	0,195	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1.	0.738	0,195	Valid
	X3.2.	0.754	0,195	Valid
	X3.3.	0.701	0,195	Valid
	X3.4.	0.536	0,195	Valid
	X3.5.	0.692	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y.1.	0.840	0,195	Valid
	Y.2.	0.857	0,195	Valid
	Y.3.	0.821	0,195	Valid
	Y.4.	0.844	0,195	Valid
	Y.5.	0.809	0,195	Valid

Sumber : data hasil olah peneliti (2021)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 1. Uji Validitas variabel kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrument variabel yang diperoleh lebih besar dari r-tabel dan seluruh instrumen sebanyak 23 butir pertanyaan dikatakan valid, sehingga dapat dilakukan langkah penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2.
Uji reliabilitas

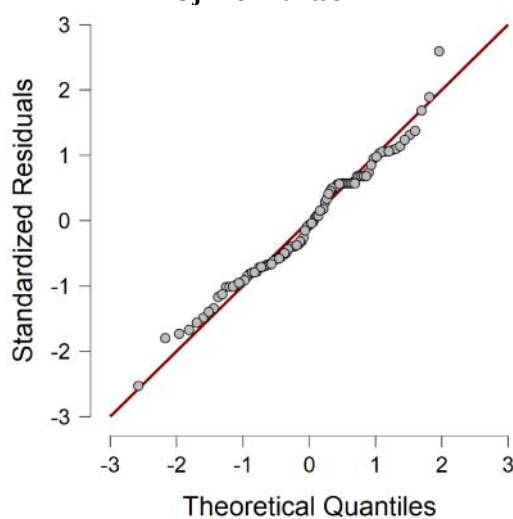
No	Variabel	Koefisien Reliabilitas (Alpha)	Tingkat Reliabilitas	Keputusan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.890	Sangat Tinggi	Reliable
2	Kualitas Produk (X1)	0.811	Sangat Tinggi	Reliable
3	Persepsi Harga (X2)	0.713	Tinggi	Reliable
4	Kualitas Pelayanan (X3)	0.703	Tinggi	Reliable

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-amsterdam*

Hasil koefisien reliabilitas (α) yang tertera pada tabel 2. dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan andal, artinya suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data atau mengukur obyek yang telah ditetapkan, Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $Cronbach\ Alpha \geq 0,60$.

Uji Normalitas

Gambar 2.
Uji Normalitas

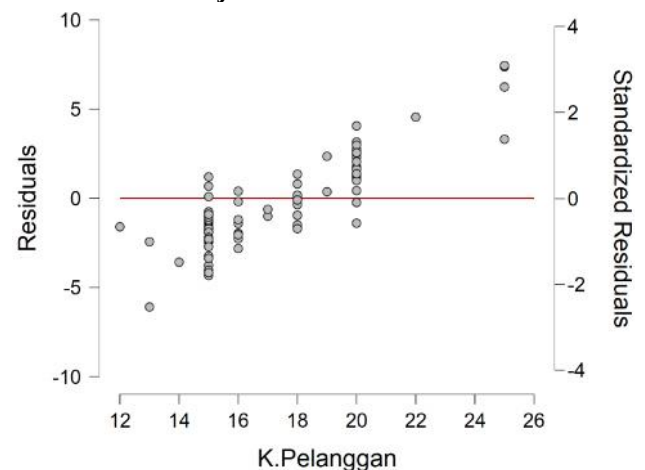


Sumber : Output JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-amsterdam*

Berdasarkan gambar 2. Uji Normalitas diatas bahwa P-P Plot normalitas model regresi terlihat dari grafis. Pola penyebaran titik-titik mengikuti arah garis diagonal yang berarti bahwa model regresi terdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh mempunyai distribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 3.
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Output JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-amsterdam*

Dari gambar 3. Uji Heterokedastisitas diatas dapat dilihat bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terdeteksi. Hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya titik-titik data yang berpola, juga penyebaran titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.
Uji Multikolinearitas

	Model	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constants)		
	Kualitas produk	0.930	1.075
	Persepsi Harga	0.987	1.013
	Kualitas pelayanan	0.920	1.087

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-amsterdam*

Berdasarkan tabel 3. Uji Multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa tidak ada masalah multikolinearitas, hal ini dapat dilihat dari nilai $tolerance > 0,1$ dan nilai $VIF < 10$. Jadi kesimpulannya adalah tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients		
Model	Unstandardized	
H ⁰	(Intercept)	10.713
	X1	-0.322
	X2	0.133
	X3	0.504

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. *Universiteit-van-amsterdam*

Pada tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda diatas, *coefficients* pada *Intercept* (α) adalah 10.713, sedangkan nilai kualitas produk adalah -0.322, nilai persepsi harga adalah 0.133, nilai kualitas pelayanan adalah 0.504 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = 10.713 + (-0.322X_1) + 0.133X_2 + 0.504X_3$$

1. Nilai *Intercept* sebesar 10.713, Artinya apabila variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dirumah makan putri minang meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) adalah: 10.713 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar -0.322. Artinya apabila variabel kualitas produk menurunkan 1 satuan, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) adalah: -0.322 satuan (karena ada tanda (-)).
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga (X_2) 0.133. Artinya apabila variabel persepsi harga meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) adalah: 0.133 satuan.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah: 0.504, artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) adalah: 0.504 satuan.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 5.
Uji Determinasi

Model Summary - Y									
Model	R	R ²	Adjusted	RMSE	R ²	F	df 1	df 2	P
H1	0.499	0.249	0.225	2.445	0.249	10.587	3	96	<0.001

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. Universiteit-van-amsterdam

Berdasarkan pada tabel 5. Uji Determinasi tersebut diatas, 0.225 dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan) dapat menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 22.5% sisanya sebesar 77.5%. Dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Parsial

Tabel 6.
Uji Parsial

Variabel	t-hitung	df	t-tabel	p-value	p-value (α)
Kualitas Produk	-3.049	98	1.66055	0.003	0,05
Persepsi Harga	2.095	98	1.66055	0.039	0,05
Kualitas Pelayanan	4.670	98	1.66055	< .001	0,05

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. Universiteit-van-amsterdam

Berdasarkan data pada tabel 6. Uji t terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Hasil perhitungan *output* aplikasi JASP 0.14.1 terdapat hasil probabilitas t-tabel dengan hasil pembilang sebesar 1.66055 ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$. (Nilai t-hitung (-3.049) > Nilai t-tabel 1.66055) dan ($0,003 < 0,05$) membandingkan nilai $t_{hitung} >$ nilai t-tabel maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Putri Minang Pangkalpinang.
2. Hasil nilai t-hitung sebesar 2.095 dan nilai *p-value* adalah 0,039. Melalui *output* perhitungan JASP 0.14.1 dengan t-tabel, terdapat hasil pembilang sebesar 1.66055 ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$. (Nilai t-hitung 2.095 > Nilai t-tabel 1.66055) dan ($0,039 < 0,05$) membandingkan nilai t-hitung > nilai t-tabel maka keputusannya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya persepsi harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Putri Minang Pangkalpinang.
3. Hasil nilai t-hitung sebesar 4.670 dan nilai *p-value* 0,049. Dari perhitungan t-tabel tersebut terdapat hasil pembilang sebesar 1.66055 ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$. (Nilai t-hitung 4.670 > Nilai t-tabel 1.66055) dan ($<0,001 < 0,05$) membandingkan nilai t-hitung > nilai t-tabel maka keputusannya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Putri Minang Pangkalpinang.

Uji Simultan

Tabel 7.
Uji Simultan

Model	F-hitung	df	F-tabel	p-value	P-value (α)	Keterangan
H ₁	10.587	3	2.70	.001	0,05	Berpengaruh signifikan dan positif.
		96				

Sumber : Output JASP versi 0.14.1. Universiteit-van-amsterdam

Berdasarkan tabel 7 diatas, pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F, Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 10,587 > dari F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga jelas H_0 ditolak dan H_4 diterima, Untuk hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan dengan dilakukan pengujian menggunakan program JASP versi 0.14.1. Universiteit-van-amsterdam, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial menunjukkan variabel Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil (t-hitung (-3.049) sedangkan t-tabel 1.66055). Dengan kata

- lain (Nilai t-hitung (-3.049) > Nilai t-tabel 1.66055) maka dengan jelas H_1 diterima.
2. secara parsial menunjukan variabel persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil (t-hitung 2.095 sedangkan t-tabel 1.66055) maka dengan kata lain (Nilai t-hitung 2.095 > Nilai t-tabel 1.66055) maka dengan jelas H_2 diterima.
 3. Secara parsial menunjukan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil (t-hitung 4.670 sedangkan t-tabel 1.66055) maka dengan kata lain ((Nilai t-hitung 4.670 sedangkan Nilai t-tabel 1.66055) maka dengan jelas H_3 diterima.
 4. Secara simultan atau bersama-sama menunjukkan variabel kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil Fhitung F-hitung 10,587 dan nilai F-tabel 2,70. Dengan kata lain Fhitung (10.587) > Ftabel (2,70), maka dari itu ditunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan perusahaan dan peneliti berikutnya sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi para akademisi
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, pada umumnya dan yang berhubungan dengan kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan.
2. Bagi pihak rumah makan putri minang
 - a. Disarankan dapat memperhatikan kualitas produknya untuk lebih baik lagi.
 - b. Disarankan dapat memberikan potongan harga bagi pelanggan yang loyal.
 - c. Disarankan untuk kualitas pelayanan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi sehingga pelanggan juga dapat merasa lebih puas.
3. Bagi peneliti lain
Masih terbuka peluang dan disarankan untuk memilih variabel-variabel lain yang lebih banyak seperti variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Sehingga dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dalam membeli produk yang diinginkan.

- [4] Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra, 2016. "Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)", Yogyakarta: Andi.
- [5] Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2015. "Pelanggan Puas? Tak Cukup". Yogyakarta.
- [6] Manullang, Rizal Ruben. 2014. *The 2015 AEC Business Competition, Business Intelligent and Implications for Small Medium Enterprises Competitiveness* published at: "Scientific Research Journal (Scirj), Volume II, Issue I, January 2014 Edition, Page 1-8".
- [7] Tjiptono, Fandy, 2014. "Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian," Yogyakarta: Andi Offset.
- [8] Tjiptono, Fandy, 2012. "Service Management: Mewujudkan Layanan Prima". Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- [9] Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [10] Sugiyono, 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D." Bandung: PT Alfabet.
- [11] Sugiyono, (2015). "Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)." Bandung: Alfabeta.
- [12] Diakses dari berita kompas.com
<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/04/20/132308820/berubahnya-bisnis-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19?page=all>

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, Suharsimi, 2010. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik." Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Ghozali, Imam, 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25." Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.