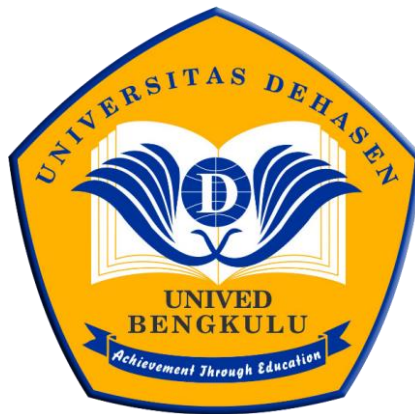


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU  
SEGINIM**



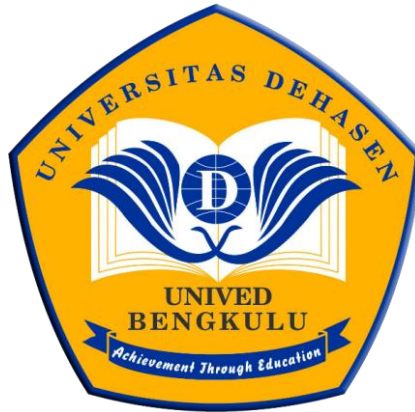
**SKRIPSI**

**OLEH**

**KURNIA DWI FERLI**  
**19040115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU  
SEGINIM**



**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu**

**OLEH**

**KURNIA DWI FERLI  
19040115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU  
SEGINIM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**KURNIA DWI FERLI**  
**19040115**

*Telah Disetujui dan Disahkan  
Oleh Dosen Pembimbing*

Pembimbing Utama

  
**Dr. E. AHMAD SOLEH, S.E., M.Si**  
**NIDN. 0201128101**

Pembimbing Pendamping

  
**YUN FITRIANO, S.E., M.Ak**  
**NIDN. 0229068501**

Bengkulu, Maret 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

  
**Dr. E. AHMAD SOLEH, S.E., M.Si**  
**NIDN. 0201128101**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU  
SEGINIM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**KURNIA DWI FERLI**  
**19040115**

*Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 28 Maret 2023  
Dan dinyatakan lulus*

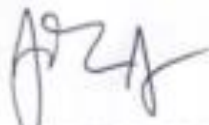
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Ketua



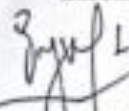
**Dr. E. AHMAD SOLEH, S.E., M.Si**  
**NIDN. 0201128101**

Anggota



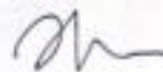
**IDA ANGGRIANI, S.H., S.E., M.M.**  
**NIDN. 02160268801**

Skretaris



**YUN FITRIANO, S.E., M.Ak**  
**NIDN. 0229068501**

Anggota



**NERI SUSANTI, S.E., M.Si**  
**NIDN. 0210017401**

Bengkulu, Mei 2023  
Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu



**Dr. E. AHMAD SOLEH, S.E., M.Si**  
**NIDN.0201128101**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTO

1. Untuk maju jangan pernah tergantung dengan orang lain, tapi untuk maju kita butuh orang lain
2. Suatu prestasi yang diraih tidak akan ada artinya tanpa dukungan orang-orang terdekat. Karena hasil dari prestasi itu bukan hanya untuk kesenangan pribadi, melainkan juga untuk kesenangan mereka
3. Disaat kau jatuh, katakanlah “bangkit!”...
4. disaat kau putus asa, katakanlah “semangat!”.....
5. disaat kau butuh seseorang katakanlah “Allahmu ma anna...(Allah Swt bersamaku!)”.....
6. Niscaya segala kesusahanmu akan menjadi kemudahanmu.....

### Persembahan

1. Allah swt yang senantiasa memberi kekuatan dan kasih sayang-nya dalam tiap langkah perjalanan hidupku dan nabi muhammad saw yang selalu menjadi tauladanku.
2. Bapakku septi ependi dan ibuku septi erli yang kusayangi dan kucintai. Takkan pernah terlupakan dalam ingatanku betapa tulusnya mereka membimbing, mendukung, memberikan semangat dan berdoa untuk yang terbaik bagiku. Love u so much....
3. Ayuk dan adekku ( anisa ferli yolanda & aisyah ferli nabila) yang selalu memberikan semangat di saat akk sedih, putus asa, dan ingin menyerah, serta yang selalu memberikan perhatiannya kepadaku.
4. Teruntuk teman spesialku ( Fauzul Akbar ) yang selalu mendukungku dalam melancarkan skripsi ini, terimakasih atas dukunganya dan pengobanan mencari referensi untuk skripsi ini serta ketulusan dan support yang tak terlupakan, Ily Ujul
5. Teruntuk sepupuku tersyg ( atika suryani ) terimakasih telah membantu dalam mengerjakan skripsi ini
6. teman-teman seangkatan yang menjadi teman seperjuanganku. Kalian terlalu indah untuk di ungkapkan karena kalian warna dalam perjalanan hidupku...
7. almamater tercinta

## **ABSTRACT**

# **THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU SEGINIM**

By:

*Kurnia Dwi Ferli*<sup>1)</sup>

*Ahmad Soleh and Yun Fitriano*<sup>2)</sup>

*Customer satisfaction is the most important thing used to attract consumers today. Customer satisfaction is a consumer's feeling of liking or disliking a product after comparing the results of the product with his expectations. The study aims to determine the effect of product quality, price and service quality on customer satisfaction at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. At the present time marketing using product quality improvement, affordable prices and quality service. This study uses quantitative research methods, the population in this study is consumers, through a given questionnaire. The technique in taking the research sample using accidental sampling technique is a sampling technique based on coincidence, the sample in this study is 80 customers at Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Data collection uses instruments in the form of questionnaires and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. Product quality research results ( $X_1$ ), show  $t$  count of  $2.954 > t$  table  $1.66140$  with a significant level of  $0.004 < 0.050$ . So it can be concluded that the variable Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. This means that the hypothesis is accepted. PRICE has an effect on customer satisfaction. Price variable ( $X_2$ ), shows  $t$  count of  $2.525 > t$  table  $1.66140$  with a significant level of  $0.014 < 0.050$ . Therefore, it can be concluded that the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. This means that the hypothesis is accepted. Service quality affects customer satisfaction. The price variable ( $X_2$ ), shows  $t$  count of  $2.800 > t$  table  $1.66140$  with a significant level of  $0.000 < 0.050$ . So it can be concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. This means the hypothesis is accepted.*

**Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction**

**1) Student**

**2) Supervisors**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU SEGINIM**

Oleh

Kurnia Dwi Ferli<sup>1)</sup>  
Ahmad Soleh dan Yun Fitriano<sup>2)</sup>

## **RINGKASAN**

Kepuasan pelanggan merupakan terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil dari produk tersebut dengan harapannya.

Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Pada masa sekarang pemasaran dengan menggunakan peningkatan kualitas produk, Harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini Konsumen, melalui kuesioner yang diberikan. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampling accidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sampel dalam penelitian ini 80 orang Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuisisioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil Penelitian kualitas produk ( $X_1$ ), menunjukkan t hitung sebesar  $2.954 > t$  tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan  $0,004 <$  dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima. HARGA berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Harga ( $X_2$ ), menunjukkan t hitung sebesar  $2.525 > t$  tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan  $0,014 <$  dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel harga ( $X_2$ ), menunjukkan t hitung sebesar  $2.800 > t$  tabel 1.66140 dengan tingkat signifikan  $0,000 <$  dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis diterima.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

- 1) Calon Sarjana Manajemen
- 2) Dosen pembimbing

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan taufik hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim”.

Didalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik bimbingan, saran dan masukan secara moral maupun matriel. Terhadap pihak-pihak yang telah memberikan bantuan tersebut, maka peneliti mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Ibu Dr.Suwarni, S.Kom.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.
2. Bapak Dr .E. Ahmad Soleh, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu dan selaku pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis tentang pembuatan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.
3. Bapak Yun Fitriano, S.E., M.Ak., selaku pembimbing pendamping yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.
5. Seluruh staf pegawai/karyawati pada Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.



6. Rekan seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu penyusun menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dan penyusun akan menerima dengan senang hati demi kesempurnaan nilai skripsi ini dan untuk penyusunan skripsi selanjutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Bengkulu, Maret 2023

Penulis



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PONDOK MAKAN BUNDA NIAR AIR NELENGAU  
SEGINIM**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Kurnia Dwi Ferli  
NPM : 19040115  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Dehasen Bengkulu Atau dengan kata lain, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila skripsi saya terbukti ketidaksiannya, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Dehasen Bengkulu.
2. Apabila kelak di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Ekonomi
3. Universitas Dehasen Bengkulu ditemukan bukti meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Dehasen Bengkulu.

Bengkulu, Maret 2023

Yang Menyatakan



**Kurnia Dwi Ferli**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL LENGKAP.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	7
2.1.2 Pengertian Harga .....	8
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk .....	10
2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
2.2. Penelitian Terdahulu .....	12
2.3. Kerangka Analisis .....	16
2.4. Hipotesis .....	16

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian .....	17
3.2	Definisi Operasional.....	17
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	18
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5	Metode Analisis Data.....	21

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	30
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	30
4.1.2.	Uji Validitas .....	32
4.1.3.	Uji Reliabilitas .....	33
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik.....	34
4.1.5.	Regresi Linier Berganda .....	38
4.1.6.	Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi R.....	39
4.1.7.	Uji Hipotesis dengan Uji t (parsial) .....	41
4.1.8.	Uji Hipotesis dengan Uji F (simultan) .....	42
4.2.	Pembahasan .....	43
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	43
4.2.2.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	45
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	46

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	47
5.2.	Saran .....	48

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia bisnis berkembang sangat cepat, dengan banyaknya usaha yang bermunculan bidang kuliner. Menyebabkan tingginya tingkat persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan, pengusaha harus cepat dalam mengambil keputusan agar bisnis yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pemilik usaha dituntut harus mampu mempertahankan pasaran dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, pemilik harus mampu memahami kebutuhan dan kemauan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan kemauan pelanggan, maka pelanggan harus membelikan masukan penting bagi pemilik untuk merencanakan strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan mempertahankan persaiang di pasaran.

Rumah makan/ Pondok makan adalah usaha [tata boga](#), yang menyajikan [hidangan](#) kepada [masyarakat](#) dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan [tarif](#) tertentu untuk menu makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan [beli untuk bawa pulang](#) sebagai salah bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki [spesialisasi](#) dalam jenis makanan yang dihidangkannya. misalnya rumah makan chinese food, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya.

Pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini di dirikan oleh Bunda Niar sejak tahun 2003. Pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini adalah pondok

makan pertama yang dimiliki oleh Bunda Niar. Karena menurut Bunda Niar usaha ini didirikan atas dasar ekonomi, dan usaha ini juga memiliki omset yang didapat juga cukup besar. Sejak awal berdiri pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ini menawarkan harga yang relatif standar sama seperti rumah makan pada umumnya. Hanya saja Pondok makan ini lebih mengutamakan pelayanan, rasa dan kebersihannya, dengan itu akan membuat pelanggan tertarik dan memutuskan untuk membeli (sumber: Bunda Niar). Dengan pelayanan yang baik dan prosesnya pun sangat dijaga kebersihannya maka itulah yang membuat masyarakat sekitar memutuskan untuk membeli di pondok Makan Air Nelengau Seginim Bunda Niar. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut (Tjiptono 2016:22) Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil dari produk tersebut dengan harapannya. Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat diraih begitu saja, tetapi memerlukan proses yang sangat panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk meyakinkan konsumen setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam mencapai kualitas pelayanan yang optimal,

orientasi dunia pemasaran (marketing) telah mengalami perubahan dari produk oriented kepada *customer satisfied oriented*.

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor pentingnya, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan suatu konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Penelitian ini akan menambah keterampilan dalam menganalisa suatu masalah dan sekaligus dapat menerapkan teori-teori yang telah di terima di bangku kuliah

2. Bagi Rumah Makan

Memberi masukan kepada rumah makan sehingga rumah makan dapat meningkatkan kualitas produk, Harga, dan pelayanan.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan, informasi dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan, perbandingan dan referensi.



## 1.5. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan analisis menjadi terarah, maka penelitian ini dibatasi pada pembahasan tentang kualitas produk (Chandra, 2012 : 75) dengan indikator : *performance* (kinerja), *features* (keragaman produk), *reability* (keandalan), dan *durability* (daya tahan dan ketahanan). Harga (Kotler 2016 : 78) dengan indikator : keterjangkauan Harga, kesesuaian Harga, Harga sesuai manfaat, dan daya saing Harga. Kualitas pelayanan (Keller 2012 : 153) dengan indikator : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dari batas masalah di atas maka indikator-indikator dari kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelegau Seginim.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk sangat berpengaruh untuk meyakinkan konsumen melakukan Kepuasan Pelanggan sehingga menimbulkan rasa puas terhadap konsumen atas produk yang dibelinya. Produk yang berkualitas memberikan dampak yang sangat baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan akan mendapatkan tingkat kepuasan maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan.

Menurut (Chandra 2012:299) mengatakan bahwa konsep dan konteks produk bervariasi, mulai dari yang sangat inovatif hingga yang hanya berupa kebaikan suatu revisi minor atas produk yang sudah ada saat ini. Sedangkan menurut (Kotler 2016:37) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam

melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah sejauh mana atau seberapa besar tingkat kelayakan suatu produk atau jasa itu digunakan yang dapat memuaskan konsumen dan mengadakan perbaikan setidaknya ada yang kurang di sebuah inovasi suatu produk. Menurut (Chandra 2012:75) mengatakan bahwa indikator kualitas produk sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja) yaitu hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli barang tersebut.
2. *Features* (keragaman produk) yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reability* (keandalan) yaitu hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. *Durability* (daya tahan dan ketahanan) yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

### **2.1.2 Pengertian Harga**

Pengertian Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, Harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk (barang/ jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Perusahaan harus selalu memonitor keadaan pasar. Dari hasil monitor inilah perusahaan tahu adanya perubahan pasar dan adanya perbedaan konsumen.

Kotler (2016: 78) terdapat empat indikator yang mencirikan Harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga Konsumen bisa menjangkau Harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek Harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.
2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih Harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila Harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
3. Kesesuaian Harga dengan manfaat Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing Harga Konsumen sering membandingkan Harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu

produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

### **2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Menurut Kotler (2012:153) menyatakan kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:57) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan dan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas mengenai kualitas pelayanan maka dapat di tarik beberapa pokok pikiran penting yaitu setiap kegiatan / tindakan yang di berikan atau ditawarkan kepada pelanggan pada dasarnya tidak berwujud dan apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Menurut (Kotler 2012:153) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut :

1. *Tangibles* (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, saran komunikasi serta penampilan pegawai nya
2. *Reliability* (Kehandalan) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah adanya keinginan dari karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan) adalah dimensi perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
5. *Emphaty* (Empati) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

#### **2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen merupakan factor yang terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Menurut (Kotler 2012:150) kepuasan konsumen yaitu perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (harapan). Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

Menurut (Kotler 2012:150) Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Tetap setia adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi
2. Membeli produk yang ditawarkan yaitu Tahap pengenalan masalah dimana konsumen mengenali sebuah kebutuhan, keinginan pada sebuah produk yang akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
3. Kesiapan Merekomendasikan merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah disarankannya kepada teman atau keluarga.
4. Membayar lebih merupakan tingkat kepuasan terhadap suatu produk dengan bersedia membayar lebih pada produk tertentu yang telah melebihi apa yang diharapkan
5. Memberi masukan positif yaitu memberikan sebuah saran atau masukan kepada individu/kelompok yang bersifat membangun dan memotivasi agar bisa lebih baik ke depan nya.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya merupakan dasar yang kuat dan dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam penelitian yang akan dilakukan seseorang. Dengan melihat dan membandingkan hasil selanjutnya maka dapat diambil suatu kesimpulan mengenai masalah penelitian yang ditentukan penelitian sebelumnya, yang pernah dilakukan juga dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian penembangan, yaitu dengan meneliti masalah yang lain yang masih berhubungan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian terdahulu yang dijadikan dasar oleh penulis yaitu penelitian yang di lakukan oleh :

1. Laksmono dkk, 2016 dalam artikel yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta”, yang terbit di jurnal kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Volume. 16 Edisi Khusus April 2016: 170-176. Menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas ( $0,421 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima, dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta” tidak terbukti. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas ( $0,006 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak, dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta” terbukti kebenarannya. Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas ( $0,987 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima, dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung steak di Punggawan Surakarta” tidak terbukti kebenarannya.
2. Himawan dkk, 2016 dalam artikel ini yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di warung mie



ayam bakso ajeng Karanganyar” yang terbit di jurnal kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Volume. 16 No. 3 September 2016: 346-353. Menghasilkan kesimpulan hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di warung mie ayam bakso ajeng karanganyar, terbukti kebenarannya. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di warung mie ayam bakso ajeng karanganyar, terbukti kebenarannya. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di warung mie ayam bakso ajeng karanganyar, terbukti kebenarannya. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di warung mie ayam bakso ajeng karanganyar, terbukti kebenarannya.

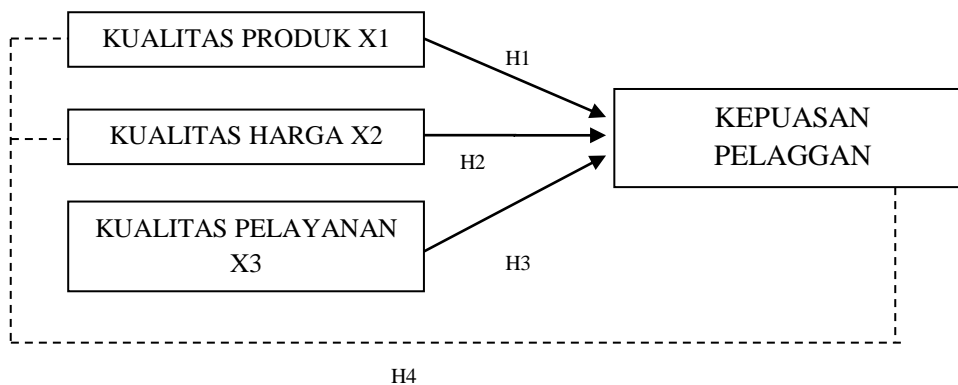
3. Amrullah dkk, 2016 dalam artikel yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan sepeda motor honda”, yang terbit di jurnal kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, volume 13, (2), 2016 ISSN print : 1907-3011, ISSN online: 2528-1127. Menghasilkan kesimpulan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sepeda motor Honda di Dealer Honda Star Motor Samarinda. Hal ini mengandung makna bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh Honda, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian oleh konsumen terhadap sepeda motor Honda. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sepeda motor Honda di dealer Honda Star Motor. Hal ini mengandung makna bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh dealer Honda Star

Motor, maka akan semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan oleh konsumen terhadap sepeda Motor Honda di Dealer Honda Star Motor.

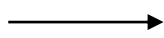
### 2.3 Kerangka Analisis

Berikut ini akan digambarkan kerangka analisis yang menjadikan dasar penelitian ini dari variable kualitas produk, Harga, dan kualitas pelayana terhadap kepuasan pelanggan, sebagi berikut:

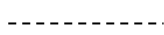
Gambar 1. Kerangka Analisis



Keterangan :



: Yang diteliti secara parsial



: Yang diteliti secara simultan

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

- H1 :Diduga Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
- H2 :Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
- H3 :Diduga Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.
- H4 :Diduga kualitas produk, Harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pondok makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel (Juliansyah 2011: 38)

#### **3.2 Definisi Operasional**

1. Kualitas produk adalah persepsi responden terhadap karakteristik atau keunggulan dari produk untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Dalam penelitian ini indikator kualitas produk :

a. *Performance* (Kinerja)

- b. *Features* (Keragaman Produk)
  - c. *Reability* (keandalan)
  - d. *Durability* (daya tahan dan ketahanan)
2. Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim ada beberapa indikator yang mempengaruhi. Beberapa indikatornya, yaitu:
- a. Keterjangkau an Harga
  - b. Kesesuaian Harga
  - c. Harga Sesuai Manfaat
  - d. Daya Saing Harga
3. Kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat pada Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim. Dalam indikatornya, yaitu:
- a. *Tangibles* (Bukti Fisik)
  - b. *Reliability* (Kehandalan)
  - c. *Responsivenes* (daya tanggap)
  - d. *Assurance* (Jaminan)
  - e. *Empathy* (Empati)
4. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Dengan indikator sebagai berikut:
- a. Tetap Setia

- b. Membeli Produk yang diTawarkan
- c. Ketersedian Rekomendasi
- d. Membayar Lebih
- e. Memberikan Masukan Positif

### 3.3 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan Metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dengan pengaruh antara antara variable-variabel melalui pengujian hipotesis (Sugiyini 2012:11). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang membeli di Pondok Makan Bunda Niar Air Nelengau Seginim melalui kuesioner yang diberikan.

Teknik dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik sampling accidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka dari itu, penelitian ini membatasi sampel yang akan di gunakan dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan populasi 350 responden dan toleransi kesalahan 10% (0,1), dapat disimpulkan bahwa sampel minimal yang dibutuhkan pada penelitian ini 77 responden, namun dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 80 responden .

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendukung dan memperoleh data yang dibutuhkan guna mendukung penelitian ini dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi merupakan teknik penelitian dengan mengadakan penelitian langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden yang dijadikan sampel penelitian. Data yang didapat dari hasil observasi selanjutnya dianalisis.
2. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa artikel jurnal, membaca buku, literature yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti guna mendapatkan teori-teori yang dapat dipergunaka sebagai bahan dalam menganalisa data yang tersedia.
3. Data kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis yang berisi tentang kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang diukur dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan ialah kuesioner peneliti sebelumnya (Ramdan Mulya, 2019). Kuesioner ini akan dibagikan kepada 80 responden yaitu pelanggan pondok makan bunda niar air nelenagu seginim dengan menggunakan skala penilaian responden 1-5, dimana skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skala 5 (sangat setuju).

**Table 1. Sekala**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

**Likert**

Sumber: Sugiyono (2013)

### 3.5 Metode Analisis

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Regresi Linear Berganda, maka dari itu beberapa metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

#### 1. Analisis Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas Uji

Validitas digunakan untuk mengukur kecepatan suatu item dalam kuesioner apakah sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item yang valid ditunjukkan dengan adanya kolerasi yang signifikan antara item terhadap skor total item. Untuk penentuan apakah suatu item layak digunakan atau tidak, yaitu

dengan melakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan terhadap skor total item (Priyatno, 2016:51).

Metode pengujian validitas item pada SPSS yang bias digunakan yaitu dengan metode korelasi Pearson. Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item.

Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item, jika nilai korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau nilai korelasi negatif maka item tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2015:87). Untuk menguji kendala kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,60. Maka dikatakan reliabel dan kalau di bawah 0,60 berarti tidak reliabel (Ghozali, 2015:66).

2. Uji Asumsi



Uji Asumsi Klasik Mengingat data penelitian yang digunakan adalah data primer, maka untuk memenuhi syarat sebelum melakukan uji hipotesis maka perlu diadakan pengujian sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak, jadi, dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai yang dihasilkan dari model regresi. Ada dua cara yang biasa digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu dengan analisis grafik (histogram dan normal P-P plot) dan uji Kolmogorov-Smirnov (Priyatno, 2016:109).

Metode uji normalitas ini dengan menggunakan metode uji One Sample Kolmogorv Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$  (purnomo, 2016:112). Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi normal. b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati

sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar.

Metode Uji Multikolinearitas ini dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation factor (VIF) pada model regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. (Purnomo, 2016:116). Pengujian multikolinearitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : a. Jika nilai  $VIF > 10$  dan  $Tolerance < 0,1$  maka dalam persamaan regresi terdapat masalah atau terjadi multikolinearitas. b. Jika nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah atau tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Dwi Priyatno, 2016). Uji Heteroskedastisitas ini dengan metode korelasi Spearman's rho yaitu dengan mengkorelasikan variable independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Purnomo, 2016:129).

### 3. Uji Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Uji statistik regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Adapun persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Variabel Kualitas produk

$b_2$  = Koefisien Variabel Harga

$b_3$  = Koefisien Variabel Kualitas pelayanan

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kualitas Pelayanan

e = Faktor pengganggu

### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (goodness of fit). Koefisien determinasi ini mengukur presentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Semakin besar  $R^2$  (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berada diantara 0 – 1, semakin dekat nilai  $R^2$  dengan 1 maka garis regresi yang digambarkan menjelaskan 100% variasi dalam Y. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  sama dengan 0 atau mendekatinya maka garis regresi tidak menjelaskan variasi dalam Y. Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya.

Koefisien determinasi memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi di mana setiap penambahan satu variabel bebas dan jumlah pengamatan dalam model akan meningkatkan nilai  $R^2$  meskipun variabel yang dimasukkan tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan, Adjusted R Square ( $R^2_{adj}$ ). Koefisien determinasi yang telah disesuaikan ( $R^2_{adj}$ ) berarti bahwa

koefisien tersebut telah dikoreksidengan memasukkan jumlah variabel dan ukuran sampel yang digunakan. Dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan maka nilai koefisien determinasi yang disesuaikan itu dapat naik atau turun oleh adanya penambahan variabel baru dalam model.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variable independen, apakah variabel Harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) benar – benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variable dependennya yaitu kepuasan pelanggan (Y). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- 1)  $t_{hitung} < t_{table}$ , tidak berada secara signifikan maka  $H_0$  diterima
- 2)  $t_{hitung} > t_{table}$ , berada secara signifikan maka  $H_0$  ditolak

### b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji koefisien bersama-sama, sehingga nilai dari koefisien regresi tersebut dapat diketahui secara Bersama. Sedangkan Uji F hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabelbebas terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji ketepatan model (goodness of fit). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit. Sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok atau not fit. Adapun cara pengujian dalam uji F ini, yaitu dengan menggunakan suatu table yang disebut dengan Tabel

ANOVA (Analysis of Variance) dengan melihat nilai signifikansi (Sig  $b < 0,05$  atau 5 %). Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_1$  ditolak artinya semua variable independent memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen/terikat. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_1$  diterima ditolak artinya semua variable independent tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen/terikat. Selain itu, dapat juga dilihat dari nilai F hitung dan F tabel. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya di mana  $F_{tabel}$  dengan derajat bebas, df:  $\alpha, (k-1), (n-k)$ . Dimana  $n$  = jumlah pengamatan,  $k$  = jumlah variabel.