

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Fairurrissa Wijayanti, Basar Maringan Hutauruk*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi
Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, Indonesia
Email: ¹fairurrissa@gmail.com, ^{2,*}basarhutauruk2106@gmail.com
Email Penulis Korespondensi: basarhutauruk2106@gmail.com

Abstrak—Perekonomian di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang sejenis bermunculan mengakibatkan persaingan menjadi semakin kuat, maka dari itu para pelaku bisnis harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan yang baik agar usaha yang didirikannya dapat berkembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian dimanfaatkan pada penelitian sampel maupun populasi tertentu, dimana perolehan data dilakukan memanfaatkan instrumen riset dan analisa data memiliki sifat statistik/kuantitatif yang bertujuan guna melakukan uji atas hipotesa yang sudah ditentukan. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dengan google form dan studi kepustakaan. Metode analisis data menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistic Version 26 For Windows. SPSS adalah program atau software yang digunakan untuk olah data statistik. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi), dan uji regresi linear berganda (uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi). Pendekatan penelitian kuantitatif ini digunakan oleh peneliti untuk mengukur pengaruh antara duta merk, citra merk, mutu produk serta putusan pembelian. Hasil dari beberapa analisis yang telah dikatakan menyatakan kesimpulan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Harga; Kepuasan Pelanggan.

Abstract—The economy in Indonesia has developed in a better direction. This can be seen by the rapid development of the business world, where more and more business actors open and develop their businesses. One of the growing businesses in Indonesia is the culinary business. Many similar businesses have sprung up resulting in stronger competition, therefore business people must be able and quick and responsive in making good decisions so that the business they establish can develop. This research uses quantitative methods. The method used in the quantitative research approach. The research method is utilized in sample studies and certain populations, where data acquisition is carried out using research instruments and data analysis which has statistical/quantitative properties with the aim of testing predetermined hypotheses. This quantitative research approach is used by researchers to measure the influence between brand ambassadors, brand image, product quality and purchase decisions. The results of several analyses that have been said state the conclusion that partially service quality has a significant effect on customer satisfaction, facilities affect customer satisfaction, price has a significant effect on customer satisfaction. The results of the analysis of service quality, facilities and prices simultaneously affect customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Facilities; Price; Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin pesat, hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan dunia usaha, dimana semakin banyak operator yang membuka dan mengembangkan usahanya. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah bisnis kuliner, karena meningkatnya persaingan, banyak perusahaan serupa bermunculan. Oleh karena itu, wirausahawan harus dapat mengambil keputusan yang baik dengan cepat dan tanggap agar bisnis yang mereka ciptakan dapat berkembang. Wirausahawan dapat mengambil langkah dengan beberapa cara pertama yaitu memberikan sebuah pelayanan yang baik dan menarik kepada konsumen. Pelayanan merupakan salah satu kegiatan atau strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk memperoleh posisi bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas yang bagus dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan persepsi perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan” (Fandy Tjiptono, 2017). Kualitas pelayanan menurut Wykcop yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:59) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat dijadikan sebagai pilihan untuk mempertahankan usaha yang sedang dijalankan untuk memunculkan rasa kepuasan yang ada dalam diri konsumen. Langkah kedua dengan memperhatikan fasilitas, fasilitas dalam wirausahawan sangat berpengaruh untuk menarik perhatian konsumen. Menurut Amelia and Safitri (2021) fasilitas merupakan bagian penting dalam membangun usaha, jadi fasilitas yang telah ada berupa kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, dan kebersihan harus diperhatikan terlebih dengan sesuatu yang dirasakan konsumen secara langsung pada saat melakukan pembelian, dikarenakan persepsi yang dihasilkan dari interaksi konsumen dengan fasilitas jasa dapat berpengaruh terhadap kualitas jasa dipandang konsumen. Fasilitas merupakan sebuah sarana prasarana yang saling berkaitan dengan dunia usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berupa rasa kemudahan, adanya rasa memenuhi kebutuhan, dan rasa kenyamanan bagi konsumen (Pantilu et al., 2018). Dan yang ketiga yaitu

memperhatikan harga yang ditetapkan. Harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian konsumen, dikarenakan harga suatu produk dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk yang dibelinya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), “Price The Amount Of Money Charged For A Product Or Service, Or The Sum Of The Value That Customers Exchange For The Benefits Or Having Or Using The Product Or Service”, artinya Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga merupakan nilai dari sebuah produk yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Sumarsid and Paryanti, 2022). Saat wirausahawan memperhatikan aspek kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga maka akan berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen kepada RM. Lesehan Mety Putri.

RM. Mety Putri merupakan salah satu rumah makan yang ada di daerah Cikarang, rumah makan ini menjual berbagai jenis makanan khas sunda. Harga yang ditetapkan terjangkau, menu makanan yang bervariasi, dan fasilitas rumah makan yang diberikan pun lengkap. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar RM Lesehan Mety Putri, Konsumen mempertimbangkan banyak hal saat memilih restoran tertentu. Manajemen restoran berusaha untuk memenuhi kriteria yang dipertimbangkan oleh konsumen, baik kualitas pelayanan, peralatan atau harga, untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Apabila hal tersebut tidak dihiraukan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga yang ada dirumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, fasilitas yang terbaik dan harga yang terjangkau. Adanya persaingan bisnis rumah makan di sekitar RM Lesehan Mety Putri. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar RM Lesehan Mety Putri terus meningkat, pihak pengelola RM Lesehan Mety Putri harus menerapkan strategi yang tepat dalam pengelolaan bisnis ini. Pemilik usaha harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Kepuasan Konsumen menurut Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa “Community satisfaction and disappointment as a result of comparing product performance and results with expectations. Consumers are disappointed when performance is below expectations, and consumers are satisfied when they meet expectations. This is interpreted as an effort to do what is appropriate”, artinya kepuasan dan kekecewaan masyarakat sebagai hasil dari membandingkan kinerja dan hasil produk dengan harapan. Konsumen kecewa ketika kinerja di bawah harapan, dan konsumen puas ketika memenuhi harapan. Hal ini diartikan sebagai upaya untuk melakukan apa yang sesuai. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, Konsumen yang puas dengan produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Berikut merupakan data pengunjung RM. Lesehan Mety Putri tahun 2022, yaitu:

Tabel 1. Data Pengunjung RM. Lesehan Mety Putri Tahun 2022.

Bulan	Pengunjung
Januari	1425
Februari	1377
Maret	1306
April	1262
Mei	1114
Juni	1188
Juli	1159
Agustus	1128
September	1202
Oktober	987
November	965
Desember	1200

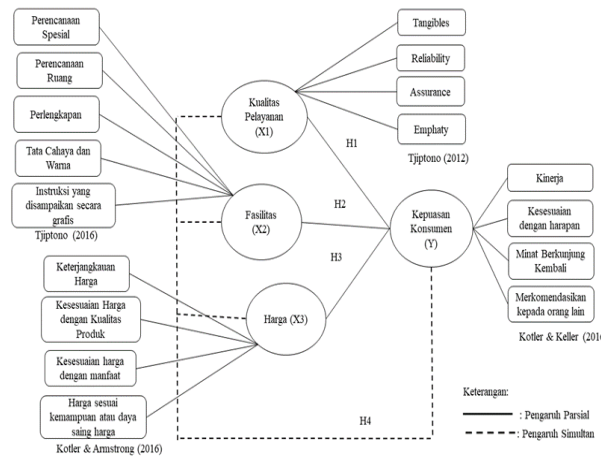
Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung periode bulan Januari - Desember 2022 mengalami penurunan. Hal ini harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya keramahan pelayanan atau kebersihan rumah makan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen. Hal ini juga didasari oleh RM Lesehan Mety Putri yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus menerus untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah makan Lesehan Mety Putri”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Metode ini disebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian (Sugiyono,2019). Pendekatan penelitian kuantitatif ini digunakan oleh peneliti

untuk mengukur pengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga serta kepuasan konsumen. Selain memaparkan metode penelitian, desain penelitian juga penting untuk dipaparkan untuk memberi gambaran mengenai penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah makan di RM Lesehan Mety Putri, Cikarang. Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling jenis purposive sampling. Perhitungan sampel menggunakan rumus bernouli. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dengan google form dan studi kepustakaan. Metode analisis data menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistic Version 26 For Windows. SPSS adalah program atau software yang digunakan untuk olah data statistik. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi), dan uji regresi linear berganda (uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Sampel yang diambil yaitu sebesar 100 responden yaitu konsumen RM Metty Putri di Cikarang. Responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan memiliki persentase sebesar 83% sedangkan jenis kelamin laki-laki sebesar 17%, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang sudah pernah mengunjungi RM Lesehan Mety Putri yaitu perempuan. Karakteristik umur responden dalam hasil survey penelitian ini mayoritasnya adalah umur 21 – 25 tahun sebanyak 83 responden.

3.2 Uji Keabsahan Data

3.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dari hasil pengujian uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel pada semua butir pernyataan dari ketiga variabel dalam penelitian ini. Maka instrumen pada penelitian ini terhadap semua variabel yang di uji dinyatakan valid.

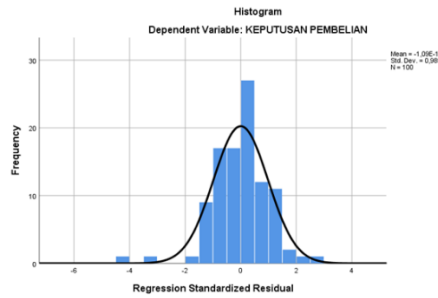
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,896	Reliabel
2.	Fasilitas	0,835	Reliabel
3.	Harga	0,908	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,851	Reliabel

Dari hasil olah data dalam penelitian ini didapatkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70. Pada variabel kualitas produk (X1) 0,896, pada variabel promosi (X2) 0,835, pada variabel Citra Merek (X3) 0,908, dan pada variabel keputusan pembelian (Y) 0,851 ini menunjukan bahwa hasil dari uji reabilitas bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, promosi dan citra merek dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

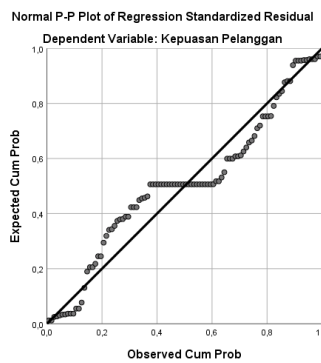
3.3 Uji Normalitas

Dari hasil yang didapatkan terdapat titik-titik mendekati di sekiatr garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal, dapat disimpulkan regresi ini dikatakan normal.



Gambar 2. Hasil Kurva Histogram

Dari hasil yang didapatkan grafik normal p-p plot menunjukkan adanya titik yang mengikuti data sepanjang garis diagonal, hal ini berarti data berdistribusi normal.



Gambar 3. Hasil Grafik Normal P-Plot

3.4 Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji ultikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,736	2,188		4,449	,000		
Kualitas Pelayanan	,208	,119	,160	1,743	,085	,687	1,456
Fasilitas	,621	,232	,460	2,677	,009	,196	5,111
Harga	,148	,203	,117	,727	,469	,223	4,475

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Telah didapatkan hasil olah data pada penelitian ini bahwa nilai VIF untuk variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai (1,456), (5,111), dan (4,475) dimana nilai tersebut < 10, dan nilai tolerance yaitu (0,687), (0,196), dan (0,223), dimana ((0,708), (0,209), dan (0,225)) > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat multikolonieritas, artinya adanya variabel bebas yang saling berkolerasi.

3.5 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	6,227	1,481		4,206	,000	
Kualitas Pelayanan	-1,44	0,70	-,242	-2,060	,052	
Fasilitas	-2,38	,159	-,287	-14,91	,139	
Harga	,158	,144	,203	1,098	,275	

a. Dependent Variable: Abs_Res

Telah didapatkan hasil olah data pada penelitian ini bahwa nilai signifikansi (sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05, Kualitas Pelayanan (X1) nilai sig nya yaitu 0,052, Fasilitas (X2) nilai sig nya yaitu 0,139, dan Harga (X3) nilai signya yaitu 0,275. Maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Yang dimaksud tidak terjadi heterokedastisitas yaitu apabila tingkat signifikansi berada diatas 5% berarti tidak terjadi heterokedastisitas tetapi jika berada dibawah 5% berarti terjadi masalah heterokedastisitas,

sehingga dapat di simpulkan dalam penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas karena setiap variabel tingkat signifikansinya diatas 5%.

3.6 Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,667 ^a	,445	,428	2,727	2,253

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

Dari hasil olah data yang dilakukan terdapat Nilai dU dicari pada distribusi nilai tabel durbin watson berdasarkan k = jumlah variabel x3 dan N = banyaknya sampel (100), dU (1,736) < Durbin Watson (2,253) < 4-dU (2,264), berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang berbunyi “jika nilai dU < d < 4-Du, maka hipotesis nol diterima yang artinya tidak ada terdapat autokorelasi” maka berdasarkan pengambilan keputusan tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi dalam penelitian ini karena nilai durbin watson terletak antara dU sampai dengan 4-dU.

3.7 Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9,736	2,188		4,449	,000
Kualitas Pelayanan	,208	,119	,160	1,743	,085
Fasilitas	,621	,232	,460	2,677	,009
Harga	,148	,203	,117	,727	,469

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel analisis linier berganda yang didapat diketahui bahwa nilai koefisien dari masing-masing variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,208, fasilitas (X2) sebesar 0,621 dan harga (X3) 0,148 dan nilai konstanta 9,736.

1. Nilai konstanta sebesar 9,736 berarti bahwa setiap variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga maka kepuasan pelanggan nilainya sebesar 9,736.
2. Nilai koefisien beta pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,208 yang berarti bahwa setiap perubahan pada variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan 0,208 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,208 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.
3. Nilai koefisien beta pada variabel fasilitas sebesar 0,621 yang berarti bahwa setiap perubahan pada variabel fasilitas sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan 0,621 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel fasilitas akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,621 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.
4. Nilai koefisien beta pada variabel harga sebesar 0,148 yang berarti bahwa setiap perubahan pada variabel harga sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan 0,148 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel harga akan menurunkan kepuasan pelanggan 0,148 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji T

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	9,736	2,188		4,449	0
1 Kualitas Pelayanan	0,208	0,119	0,16	1,743	0,085
Fasilitas	0,621	0,232	0,46	2,677	0,009
Harga	0,148	0,203	0,117	1,727	0,469

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
Nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar 0,085 < (lebih kecil) 0,05 dan nilai t_{hitung} (1,743) > t_{tabel} (1,660), sehingga H₀ diterima H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang, didalam penelitian ini bisa dikatakan kualitas

pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang, karena apabila kualitas pelayanan tersebut baik dan bisa membuat konsumen puas maka secara otomatis akan menarik perhatian konsumen untuk memutuskan suatu pembelian pada RM Metty Putri Cikarang.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar $0,009 < (\text{lebih kecil}) 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (2,677) > t_{tabel} (1,660)$, sehingga H_0 diterima H_a diterima artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang, didalam penelitian ini bisa dikatakan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang, hal ini berarti fasilitas yang dimiliki RM Metty Putri mampu menarik perhatian konsumen untuk memutuskan suatu pembelian pada RM Metty Putri Cikarang. Karena semakin baik fasilitas yang dimiliki pada RM Metty Putri Cikarang semakin menentukan konsumen untuk memutuskan pembelian pada RM Metty Putri Cikarang.

3. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y sebesar $0,469 < (\text{lebih kecil}) 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,727 < t_{tabel} (1,660)$, sehingga H_0 diterima H_a diterima artinya harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang, hal ini berarti harga yang ditawarkan RM Metty Putri Cikarang terjangkau sehingga mampu menarik perhatian konsumen.

3.8.2 Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	572,094	3	190,698	25.645	.000 ^a
	Residual	713,866	96	7,436		
	Total	1285,960	99			

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

pada Uji F Simultan diketahui sig untuk pengaruh X1,X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah $0,000 < 0,005$ dan nilai F_{hitung} sebesar $25,645 > F_{tabel} 2,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan X1,X2 dan X3 terhadap Y, artinya semua variabel dalam penelitian ini mempengaruhi kepuasan pelanggan RM Metty Putri Cikarang. Jadi variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga berpengaruh dalam meningkatkan suatu kepuasan pelanggan,

3.9 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782 ^a	,667	,599	2,649

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

Terdapat hasil yang menunjukkan bahwa nilai 0,667 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1,X2,X3 secara simultan terhadap variabel Y sebesar 66,7%. Sehingga pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada RM Metty Putri Cikarang sebesar 66,7%..

3.10 Pembahasan

3.10.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian SPSS 25 menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya Ratu Syifa N.K, (2020) dalam artikel yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada rockstar gym” terbit di Jurnal STEI Ekonomi, Vol.XX, No.XX, 2020 hasil penelitian ini menyatakan kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai sig $0,085 < (\text{lebih kecil})$ dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar $1,743 > (\text{lebih besar})$ dari $t_{tabel} 1,660$ sehingga hal tersebut terdapat pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.10.2 Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian SPSS 25 menyatakan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya Lesta Riana, Nur Efendi & M. Iqbal Harori (2020) dalam artikel yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus damri” terbit di Jurnal Perspektif Bsinis, Vol.3 No.2, 2020 Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus Damri. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai sig

$0,009 < (\text{lebih kecil})$ dari $0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $2,677 > (\text{lebih besar})$ dari t_{tabel} $1,660$ sehingga hal tersebut terdapat pengaruh positif terhadap fasilitas dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.10.3 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian SPSS 25 menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya Utari (2019) dalam artikel yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel gowata sakti motor” terbit di program studi Pendidikan ekonomi fakultas ekonomi universitas negeri makassar, 2019 hasil penelitian ini menyatakan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai sig $0,469 < (\text{lebih kecil})$ dari $0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $0,727 < (\text{lebih kecil})$ dari t_{tabel} $1,660$ sehingga hal tersebut tidak pengaruh positif kualitas produk dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan di cikarang selatan. Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya hasil dari beberapa analisis yang telah dilakukan, mendapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh RM Metty Putri Cikarang mampu menarik perhatian konsumen untuk memutuskan sesuatu pembelian pada RM Metty Putri Cikarang, fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti semakin baik sebuah fasilitas yang di miliki pada RM Metty Putri Cikarang maka semakin membuat konsumen merasa puas, Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti harga yang ditawarkan oleh RM Metty Putri Cikarang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan RM Metty Putri. Yang berarti Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga sangat mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan RM Metty Putri Cikarang. Dalam penelitian ini memiliki kekurangan yaitu masih ada variable lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, jadi diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti pada variabel yang berbeda.

REFERENCES

- Aadhitama, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Amelia, Yesi Triyuliantita, and Koko Safitri. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit.” *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(1):95–106. doi: 10.32670/coopetition.v12i1.296.
- Amilia, Suri, and M. Oloan Asmara Nst. 2017. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 6(1):660–69.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategik edisi 2*.
- Fandy Tjiptono. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3 : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 16th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Pantilu, Dealisna et al. 2018. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO.” 6(4):3723–32.
- Prasetyo, M., Susanto, & Maharani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi).” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12(1):70–83. doi: 10.35968/m-pu.v12i1.867.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality Dan Satisfaction 4*.
- Utari, Putri. 2019. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL GOWATA SAKTI MOTOR.”