

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKSO AKBAR BAKTI LUHUR MEDAN

<sup>1</sup>Mery Lani Purba, <sup>2</sup>Pasu Awi L. Purba

<sup>1</sup>Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

<sup>2</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email: melanielavina@gmail.com, riapurba97@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bakso akbar Medan. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan akan dianalisis secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarlang langsung di Bakso Akbar Bakti luhur Medan dengan teknik pengambilan survey. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Bakso Akbar Bakti luhur Medan. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel harga(X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) , sedangkan variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung} (17,267) > F_{tabel} (3,09)$  atau sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS 26.

**Kata Kunci** : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kuliner saat ini sangat pesat, salah satunya terlihat pada bisnis penjualan bakso. Bakso adalah makanan khas Indonesia yang terbuat dari campuran daging giling dengan tepung dan dibentuk seperti bola kecil. Biasanya terbuat dari daging sapi, namun ada juga yang menggunakan daging ikan, ayam, atau udang. Bakso disajikan panas dengan kuah bening, sering kali disertai mie, bihun, telur, dan taburan bawang goreng.

Saat ini, bakso dapat ditemukan hampir di mana saja, mulai dari pedagang keliling, kaki lima, hingga restoran mewah. Hal ini menunjukkan bahwa bakso sangat digemari masyarakat, sehingga banyak orang yang tertarik untuk membuka bisnis

bakso. Persaingan yang ketat di industri kuliner ini mendorong pengusaha untuk fokus pada kepuasan konsumen sebagai prioritas utama guna menjaga kelangsungan usaha mereka. Perusahaan yang mampu bersaing dan bertahan adalah yang dapat menyediakan layanan berkualitas, yang pada gilirannya akan membantu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas layanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen.

Contoh usaha bakso yang telah lama berdiri adalah Bakso Akbar Bakti Luhur Medan, yang telah beroperasi selama 11 tahun. Sejak didirikan pada tahun 2011, Bakso Akbar terus berupaya menambah jumlah pelanggan dan menjaga kualitas pelayanan untuk meningkatkan cita rasa

dan keunggulannya. Harapan dari keunggulan ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen dan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Harga yang ditawarkan oleh Bakso Akbar juga berperan penting dalam tingkat penjualan dan keputusan konsumen untuk membeli kembali. Oleh karena itu, kualitas yang diberikan harus sesuai dengan harga yang dibayar konsumen. Dengan demikian, kepuasan pelanggan akan tercapai jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan mereka.

Konsumen dan pelanggan merupakan mitra utama bagi pemasar, seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli (Musanto 2004).

Bakso Akbar Bakti Luhur Medan. sangat pesat sejak didirikan, dan harga murah yang ditawarkan sesuai dengan kantong masyarakat. Yang terletak di pinggiran kota Medan, tepatnya berlokasi di jalan Bakti Luhur Dwikora. Selain menjual bakso yang menjadi menu utama, usaha Bakso Akbar juga menyediakan berbagai variasi makanan dan minuman.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan**

## **Pelanggan Bakso Akbar Bakti Luhur Medan”**

### **TINJAUAN TEORITIS**

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:324) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Tjiptono 2017) menyatakan bahwa indikator Harga adalah sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Amstrong 2016

1. Keterjangkauan Harga
2. Harga sesuai kemampuan atau daya beli
3. Kesesuaian harga dengan kualitas
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang dipengaruhi oleh produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan, serta harus memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Tjiptono, 2012:152). Dengan kata lain, definisi kualitas dapat dipahami sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memastikan penyampaian yang sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan mereka.

Menurut Tjiptono, 2012 menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Berwujud (tangible)
2. Keandalan (realibility)
3. Ketanggapan (responsivess)

4. Jaminan (assurance)
5. Empati (empathy)

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja produk (hasil) tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas dan kecewa. Menurut Tjiptono, 2014 menyatakan bahwa indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Merasa senang
4. Merasa Pengertian
5. Menceritakan hal hal positif

### Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

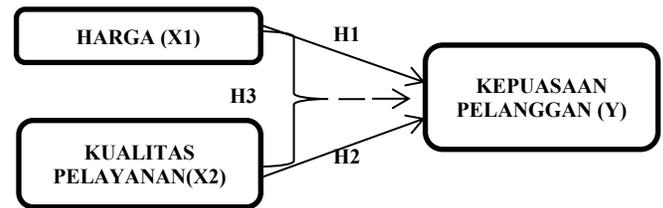
Menurut Kotler dan Armstrong. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena harga memiliki pengaruh langsung terhadap manfaat yang didapatkan konsumen dari memiliki / menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mengukur kepuasan pelanggan. Karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan penyampaian manfaat produk secara langsung kepada konsumen

3. Pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin. Berdasarkan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka paradigm penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara atau dugaan yang ingin memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Berdasarkan uraian masalah yang ada, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H1 : Harga (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. H2: Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. H3 : Harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y).

### METODE PENELITIAN

#### Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan dan waktu Penelitian dilaksanakan di bulan April sampai dengan bulan Juni 2022.

#### Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan

jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 130). Dalam penelitian ini, populasi mencakup pelanggan yang pernah mengunjungi Bakso Akbar Bakti Luhur Medan. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100, dihitung menggunakan rumus Lemeshow.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan Bakso Akbar Bakti Luhur Medan yang sudah pernah datang dan melakukan pembelian minimal 2 kali.
2. Pelanggan Bakso Akbar Bakti Luhur Medan yang berusia minimal 17 tahun, karena pada usia tersebut pelanggan mampu memahami mengisi kuesioner dengan baik.

**Jenis dan Sumber Data**

Jenis Data yang digunakan peneliti untuk menganalisis masalah dan menguji hipotesis, yaitu:

1. Data primer
2. Data sekunder.

**Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah metode penelitian yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau instruksi lain yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Biasanya, kuesioner penelitian mencakup campuran pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka.

Skala likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Teknik Analisis Data**

**Uji Validitas**

Menurut Ghazali (2016), uji validitas 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. Signifikan Korelasi *Pearson* yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,05. Apabila nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05, maka butir pertanyaan tersebut valid dan apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05, maka butir pertanyaannya tidak valid.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2016) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* >0,60.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan dalam upaya untuk memperoleh hasil analisa regresi yang valid, Asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas

**Model Analisis Data Penelitian**

**Analisis Linear Berganda**

Regresi linear berganda digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel dependen dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Dalam regresi linear berganda, terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Metode ini digunakan untuk mengukur pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Model regresi dinyatakan dalam persamaan:  
 $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji Parsial atau uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji signifikan 0,05 (Ghozali, 2011:88).

Dasar pengambilan keputusan:

1.  $H_0$  : Diterima jika  $H_a$  ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
2.  $H_a$  : Diterima jika  $H_0$  ditolak, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

**Uji Secara Simultan (Uji F)**

Uji simultan (uji F) berguna untuk melihat apakah variabel berguna untuk menguji pengaruh variabel *independent* (bebas) harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), apakah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* (terikat) kepuasan pelanggan (Y).

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai f hitung dan f tabel.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apakah probabilitas signifikansi  $> 0,1$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apakah probabilitas signifikansi  $< 0,1$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat bagus. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

**HASIL PENELITIAN**

**Analisis Deskriptif Responden**

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi %
Laki-laki	31 Orang	31%
Perempuan	69 Orang	69%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian (Data Diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi pelanggan Bakso Akbar lebih banyak yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 69 responden dengan presentase 69%, sedangkan jumlah responden berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 31 responden dengan presentase 31%. Apabila dijumlah maka akan diperoleh jumlah responden sebanyak 100 responden dan nilai persentasenya 100%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik Usia	Jumlah orang	Persentasi %
19-23 Tahun	52	52%
24-28 Tahun	28 Orang	28%
29-32 Tahun	20 Orang	20%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian (Data diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Bakso Akbar terdapat lebih banyak pada usia 19-23 dengan jumlah pelanggan 52 Orang dengan jumlah persentasenya sebesar 52%.

**Uji Validitas Data**

Variabel	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,905	0.3610	Valid
	X1.2	0,799	0.3610	Valid
	X1.3	0,842	0.3610	Valid
	X1.4	0,791	0.3610	Valid
	X1.5	0,657	0.3610	Valid
	X1.6	0,867	0.3610	Valid
	X1.7	0,953	0.3610	Valid
	X1.8	0,902	0.3610	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,971	0.3610	Valid
	X2.2	0,994	0.3610	Valid
	X2.3	0,994	0.3610	Valid
	X2.4	0,994	0.3610	Valid
	X2.5	0,994	0.3610	Valid
	X2.6	0,994	0.3610	Valid
	X2.7	0,994	0.3610	Valid
	X2.8	0,994	0.3610	Valid
	X2.9	0,994	0.3610	Valid
	X2.10	0,971	0.3610	Valid
Kepuasan Pelanggan(Y)	Y.1	0,858	0.3610	Valid
	Y.2	0,876	0.3610	Valid
	Y.3	0,876	0.3610	Valid
	Y.4	0,553	0.3610	Valid
	Y.5	0,858	0.3610	Valid
	Y.6	0,876	0.3610	Valid
	Y.7	0,617	0.3610	Valid
	Y.8	0,553	0.3610	Valid
	Y.9	0,617	0.3610	Valid
	Y.10	0,739	0.3610	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.31 dapat diketahui bahwa nilai r-hitung seluruh pertanyaan variabel-variabel yang digunakan dalam kuesioner penelitian lebih besar dari r-tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan adalah valid.

**Uji Reliabilitas Data**

Tabel 4.32  
 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Harga	0,940	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,999	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,912	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji realibilitas pada tabel 4.32 tersebut dengan menggunakan uji statistik koefisien Alpha, menunjukkan bahwa semua variabel lebih besar dari taraf signifikan Alpha 60% atau 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan tersebut adalah reliabel.

**Uji Normalitas**

- Uji Kolmonogorov-Smirnov
  - jika nilai signifikansi > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal.
  - jika nilai signifikansi < 0,05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

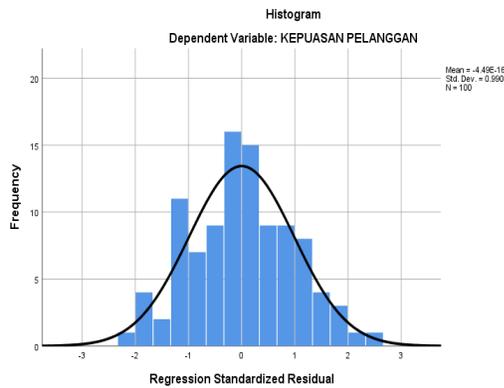
Tabel 4.33  
 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.24091965
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.031
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.33 diperoleh besarnya Kolmogorov-Smirnov adalah 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Pendekatan Histogram Uji Normalitas**



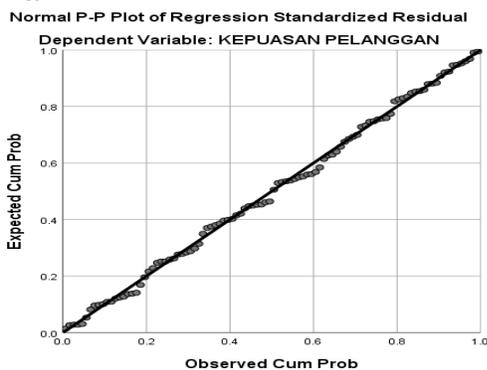
Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data pada grafik histogram tersebut dengan bentuk lonceng..

**3. Grafik P-P plot**

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat titik-titik yang tersebar di sepanjang garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data berdistribusi normal.

**Gambar 4.3**  
**Grafik Uji Normalitas Normal P-Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.3 bahwa dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal

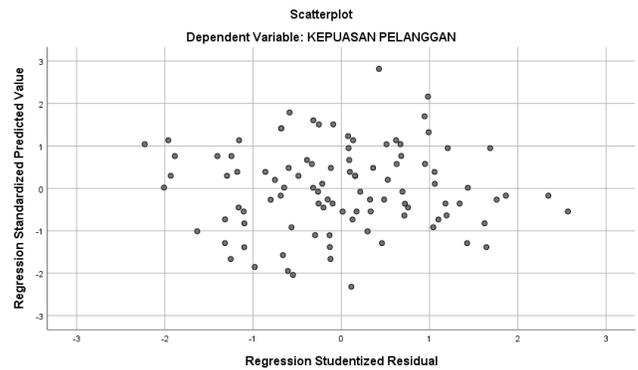
mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

Tolerance	VIF
.964	1.038

Berdasarkan tabel 4.33 diatas dapat diketahui bahwa nilai pada variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,964 > 0,10. Sedangkan nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 1.038 < 10. Mengacu pada dasar pengambilan keputusan, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 4.4**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Berdasarkan gambar bahwa grafik scatterplot yang disajikan pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel independennya.

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

$$Y = 15.136 + 0,348 X_1 + 0,347 X_2 + e$$

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 15.136, apabila variabel Harga dan Kualitas Pelayanan

dianggap nol, maka kepuasan pelanggan pada Bakso Akbar adalah sebesar 15.136

2. Nilai koefisien Harga (X1) sebesar 0,348 menyatakan bahwa setiap kenaikan Harga makin baik maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,201.
3. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,347 menyatakan bahwa setiap kenaikan Kualitas pelayanan makin baik maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,347.

**Uji Regresi Parsial (Uji T)**

**Tabel 4.36**

**Uji Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	15.136	3.610		4.193	.000
	Harga (X1)	.348	.109	.285	3.210	.002
	Kualitas Pelayanan(X2)	.347	.082	.375	4.220	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Berdasarkan tabel dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara parsial adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian *Software Statistic 26*, diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel Harga yaitu sig sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai *t-hitung* sebesar  $3.210 > t\text{-tabel } 1,985$  maka H1 diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Berdasarkan pengujian *Software Statistic 26*, diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan

variabel Kualitas Pelayanan yaitu sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *t-hitung* sebesar  $4.220 > t\text{-tabel } 1,985$ . maka H2 diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan(Y)

**Tabel 4.37**  
**Uji Simulta (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1372.791	2	686.396	17.267	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3855.959	97	39.752		
	Total	5228.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Dari tabel 4.36 dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17.267 > 3,09$  dan nilai signifikan =  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti variabel Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Akbar.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 4.38**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 <sup>a</sup>	.263	.247	6.305

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan(X2), Harga (X1)

Sumber: Hasil Olah Data Software Statistic, 2022

Berdasarkan tabel 4.37 dapat dilihat bahwa nilai R square yaitu sebesar 0.263 atau 26,3%, yang artinya bahwa variasi variabel independen yaitu Harga, dan Kualitas pelayanan dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 26,3% sedangkan sisanya sebesar 73.7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

**PEMBAHASAN**

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Akbar.

H1= Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Akbar. Dari hasil pengujian hipotesis(H1) yang dilakukan peneliti terbukti bahwa Harga yang diberikan oleh Bakso Akbar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai *t-hitung* (3.210) lebih besar daripada *t-tabel* (1,985) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

### 2. Pengaruh Kuakitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan B. Akbar

H2 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Akbar. Dari hasil pengujian hipotesis (H2) yang dilakukan peneliti terbukti bahwa Kualitas Pelayanan Bakso Akbar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai *t- hitung* (4.220) lebih besar daripada *t-tabel* (1,985) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$

### 3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Bakso Akbar Bakti luhur Medan

H3 = variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Akbar. Dari pengujian variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  (17,267)  $> F_{tabel}$  (3,090) atau sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga(X1) dan kualitas pelayanan(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Bakso Akbar.

### Simpulan

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang pelanggan Bakso Akbar Bakti Luhur Medan maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan variabel Harga yaitu sig. sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai *thitung* sebesar  $3.210 > t-tabel$  1,985 maka H1 diterima.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang pelanggan Bakso Akbar Bakti luhur Medan maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan yaitu sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *thitung* sebesar  $4.220 > t-tabel$  1,985 maka H2 diterima.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang pelanggan Bakso Akbar Bakti luhur Medan maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari pengujian simultan dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  (17,267)  $> F_{tabel}$  (3,09) atau sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,263 atau 73.7%

### Saran

1. Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan. Oleh karena itu, diharapkan Bakso Akbar dapat meningkatkan “harga makanan dan minuman di Bakso Akbar sesuai dengan kualitas citarasanya” untuk memastikan kepuasan pelanggan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan.
2. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan. Oleh karena itu, diharapkan Bakso Akbar dapat “menangani keluhan pelanggan dengan cepat” untuk

### SIMPULAN DAN SARAN

meningkatkan kepuasan pelanggan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan.

3. Harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bakso Akbar Bakti Luhur Medan. Dengan menetapkan harga yang sesuai dan menerapkan kualitas pelayanan yang tepat, pelanggan akan merasa puas dan cenderung untuk kembali mengunjungi Bakso Akbar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alif.2016. *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen PT Roda Express Sukses Mandiri*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Angelia, dkk. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado*. Jurnal Emba.
- Dhita, N. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keouasan Pelanggan dan Harga Terhadap Loyalitas Waroeng Steak & Shake Medan*. Skripsi Manajemen
- Ekawati.2013. *Pengaruh keragaman produk dan harga terhadap loyalitasPelanggan (Studi pada Toko Teguh Pasar Sumedang CepokomulyoKepanjen*. Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen.
- Fandy dan Tjiptono. 2005 *Manajemen Jasa. (Prinsip,Penerapan, dan Penelitian* Jakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono.2014.*Pemasaran Jasa: prinsip, Penerapan, penelitian*. Edisi Ketiga Yogyakarta:Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip,Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sefrina, Kotler dan Keller 2019. *Penetapan Harga (Tujuan Penetapan Harga)*. Jakarta: Rudi.
- Sugiyono .2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*: Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono .2012. *Metode Penelitian Bisnis..* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono.2008. *Strategi Pemasaran*: Yogyakarta:Andi.
- Tjiptono F .2012. *Metode Penelitian Bisnis*: Bandung: Bayu Alfabeta.
- Tjiptono F .2014. *Pemasaran Jasa*: Malang: Bayu Media.