

**PENGARUH HARGA, PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI RUMAH MAKAN PECEL MADIUN
LARIS MANIS JEBRES
SURAKARTA**

JURNAL PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Jurusan Pendidikan Akuntansi



Disusun oleh :

DYAH AYU PERMATASARY

A 210 100 118

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 71417 Psw. 213
Surakarta – 57102

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : Drs Sudarto HS.,M.M.

NIP/NIK : 195204171980121002

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Dyah Ayu Permatasary

NIM : A210100118

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan, dan Tempat terhadap
Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis
Jebres Surakarta

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.
demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 23 Mei 2014

Pembimbing

Drs. Sudarto HS.,M.M.
NIP. 195204171980121002

PENGESAHAN
NASKAH PUBLIKASI

PENGARUH HARGA, PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI RUMAH MAKAN PECCEL MADIUN
LARIS MANIS JEBRES
SURAKARTA

Diajukan oleh:

Dyah Ayu Permatasary
A 210100118

Telah disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop followed by a series of smaller loops and a final flourish.

Drs. Sudarto HS., M.M.
NIP. 195204171980121002



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 - Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417, Fax : 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: ums@ums.ac.id

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Dyah Ayu Permatasary

NIM : A210100118

Fakultas/ Jurusan : FKIP/ Pendidikan Akuntansi

Jenis : Skripsi

Judul : PENGARUH HARGA, PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
RUMAH MAKAN PECEL MADIUN LARIS MANIS
JEBRES SURAKARTA

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan UMS atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalihmediakan /mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UMS, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UMS, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 23 Mei 2014

Yang menyatakan

(Dyah Ayu Permatasary)

PENGARUH HARGA, PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PECEL MADIUN LARIS MANIS JEBRES SURAKARTA

Dyah Ayu Permatasary, A210100118, Program Studi Pendidikan Akuntansi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta,
2014.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. 2) Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. 3) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. 4) Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan. 5) Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan tempat terhadap Kepuasan Pelanggan.

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi di rumah makan pecel madiun laris manis dengan sampel 100 responden, teknik *Nonprobability sampling* dan metode pengambilan sampel dengan cara *Inccidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket yang diujicobakan dengan uji validitas serta reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji R^2 .

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi $Y=1,135+0,290X_1+0,252X_2+0,187X_3+0,203X_4$. Persamaan ini menunjukkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga, produk, kualitas layanan dan tempat. Berdasarkan hasil uji t 1) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,483 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,001. 2) Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,467 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,001. 3) Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,492 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,014. 4) Tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,437 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,017. 5) Harga, produk, kualitas layanan dan tempat secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $24,353 > 3,090$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000. 6) Variabel harga memberikan sumbangan relatif sebesar 29,54% dan sumbangan efektif sebesar 14,94%. Variabel produk memberikan sumbangan relatif 28,52% dan sumbangan efektif 14,43%. Variabel kualitas layanan memberikan sumbangan relatif 22,36% dan sumbangan efektif 11,31%. Variabel Tempat memberikan sumbangan relatif 19,58% dan sumbangan efektif 19,90%. Hasil perhitungan R^2 0,506 yang berarti 50,6% ada pengaruh kombinasi variabel harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan, sisanya 49,94% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : harga, produk, kualitas layanan, tempat dan kepuasan pelanggan.

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, salah satunya di bidang bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia. Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*. Karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

Indonesia yang memiliki keragaman jenis masakan daerah dengan harga bahan baku masakan yang relatif murah dan didukung oleh besarnya jumlah penduduk Indonesia, restoran atau rumah makan menjadi salah satu bisnis paling menggiurkan untuk diusahakan. Salah satu masakan daerah yang dijadikan usaha dan biasanya dikenal oleh masyarakat yaitu di daerah madiun dari sekian banyak kuliner khas Madiun salah satu yang terkenal yaitu pecel Madiun. Sekarang ini pecel Madiun tidak hanya berada di daerah asalnya saja melainkan juga berada di kota-kota lain dan salah satunya di Solo.

Pelanggan yang telah menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan akan menimbulkan persepsi yang sesuai dengan harapannya sehingga pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan. Menurut Irawan H. (2003:3) “Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa”.

Berdasarkan hasil observasi di rumah makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta tampak bahwa banyak pembeli yang berkunjung pada setiap harinya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan pemilik rumah makan

tersebut yang menyatakan bahwa rata-rata pengunjung rumah makan pada setiap harinya sekitar 300 sampai 400 orang. Dengan banyaknya pengunjung tersebut bisa dinyatakan bahwa pelanggan pada rumah makan tersebut merasa puas. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh pramu saji yang sering memperhatikan pengunjung yang datang sudah berkali-kali menikmati sajian di rumah makan itu. Sehingga penulis berkeinginan untuk meneliti pengaruh kepuasan pelanggan di rumah makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta yang selalu ramai dikunjungi pembeli, terlebih lagi penulis ingin mengetahui yang menyebabkan pengunjung merasa puas dan ingin melakukan pembelian kembali ke rumah makan tersebut apakah pengaruh dari segi harga yang ditawarkan, produk yang disajikan, pelayanan yang menyenangkan serta tempat atau lokasi yang strategis karena berada ditepi jalan raya.

Tjiptono (2002:151) berpendapat “agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga dengan tepat”. Sebab pada umumnya pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif terjangkau sesuai dengan kemampuan pelanggan.

Amir dalam Dita Amanah (2010:77) mendefinisikan “produk sebagai apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk semakin banyak juga produk yang terjual. Kotler (2000:41) “tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan kecewa. Namun bila kinerja diatas harapan, maka pelanggan akan merasa puas”.

Kualitas layanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta keuntungan bagi pengusaha. Menurut Hary (dalam Tjiptono, 2002:90) “Kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya dapat memenuhi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan

yang sesuai dengan harapan pelanggan akan membuat pelanggan merasa puas. Dengan demikian akan menguntungkan bagi perusahaan, karena pelanggan yang merasa puas nantinya akan kembali lagi.

Pemilihan lokasi merupakan salah satu yang dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum membuka usahanya. Menurut Ma'ruf (2006:115) "suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun memiliki kesamaan yang serupa". Lokasi usaha yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi usaha tersebut, memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan.

Kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan membutuhkan harga yang relatif terjangkau untuk mendapatkan produk atau jasa yang berkualitas. Selain harga dan produk yang berkualitas, kepuasan pelanggan juga ditentukan adanya sistem pelayanan yang mendukung disertai dengan tempat usaha yang strategis. Dengan kondisi seperti ini pelanggan akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, nyaman dengan pelayanan yang diberikan, dan dapat dengan mudah menjumpai tempat produk atau jasa yang ditawarkan.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui: 1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Laris Manis Jebres Surakarta. 2) Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Laris Manis Jebres Surakarta. 3) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Laris Manis Jebres Surakarta. 4) Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Laris Manis Jebres Surakarta. 5) Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Laris Manis Jebres Surakarta.

B. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2) “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada Maret sampai Mei.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dari penelitian ini pelanggan yang mengunjungi dan membeli makanan dan minuman di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Cabang Manang Sukoharjo. penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka menurut Purba dalam Ryan Nur (2010: 65) dengan taraf signifikan 5% dan *margin of error* 10% sampel yang digunakan 100 responden yang menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara *Inccidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), dan variabel bebasnya Harga (X_1), Produk (X_2), Kualitas Layanan (X_3) dan Tempat (X_4). Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berupa item-item pertanyaan dari semua variabel kedalam bentuk angket, yang mana tiap variabel ada 5 butir pertanyaan. Hasil uji coba instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan normalitas. Kemudian untuk uji prasyarat analisisnya menggunakan uji normalitas dan uji linieritas. Teknik analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang sebelumnya telah diajukan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data sebaran angket ke 100 responden, diketahui analisis data Kepuasan Pelanggan (Y) dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* diperoleh nilai maksimum 25, minimum 11, rata-rata (mean) 19,63, dan standar deviasi (SD) 2,677. Analisis data Harga (X_1) dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* diperoleh nilai maksimum 25, minimum 10, rata-rata (mean) 19,99, dan standar deviasi (SD) 2,887. Analisis data Produk (X_2) dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* diperoleh nilai maksimum 25, minimum 10, rata-rata (mean) 19,69, dan standar deviasi (SD) 2,891. Analisis data Kualitas layanan (X_3) dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* diperoleh nilai maksimum 25, minimum 13, rata-rata (mean) 19,78, dan standar deviasi (SD) 3,078. Dan analisis data untuk Tempat (X_4) dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* diperoleh nilai maksimum 25, minimum 14, rata-rata (mean) 19,91, dan standar deviasi (SD) 2,633.

Hasil uji prasyarat analisis untuk uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan metode *Lilefors* melalui uji *Kolmogrov-Smirnov*, dengan bantuan *SPSS For windows versi 17.0*. Kriteria pengujian normalitas adalah data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai $L_{hitung} < L_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$. Untuk variabel Kepuasan pelanggan $0,075 < 0,088$ atau $0,183 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Harga $0,076 < 0,088$ atau $0,170 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Produk $0,077 < 0,088$ atau $0,146 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Kualitas layanan $0,074 < 0,088$ atau $0,200 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Dan Tempat $0,076 < 0,088$ atau $0,161 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Hasil Uji prasyarat analisis untuk Uji linieritas menggunakan bantuan *SPSS For Windows 17.0*. Dasar pengambilan keputusan jika F_{hitung} masing-masing variabel yang diukur lebih kecil dari F_{tabel} sehingga dapat disimpulkan variabel terikat dalam bentuk linier. Variabel harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mempunyai hubungan yang linier dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,256 < 1,900$ dengan signifikan $0,264 > 0,05$. Variabel produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mempunyai hubungan yang linier

dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,881 < 1,900$ dengan signifikan $0,053 > 0,05$. Variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mempunyai hubungan yang linier dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,518 < 1,900$ dengan signifikan $0,140 > 0,05$. Sedangkan variabel tempat terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mempunyai hubungan yang linier dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,258 < 1,940$ dengan signifikan $0,267 > 0,05$.

Dengan terpenuhinya kriteria uji prasyarat analisis, selanjutnya dilakukan pengujian Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan *SPSS For Windows 17.0* dengan pengujian hipotesis pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan. Hal itu dapat dilihat dari persamaan regresi linier yaitu $Y = 1,135 + 0,290X_1 + 0,252X_2 + 0,187X_3 + 0,203X_4$, berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen harga, produk, kualitas layanan dan tempat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai konstanta 1,135 menunjukkan bahwa apabila variabel harga, produk, kualitas layanan, dan tempat (tidak mengalami perubahan) maka nilai rata-rata kepuasan pelanggan sebesar 1,135. Nilai 0,290 menyatakan jika setiap penambahan 1 point harga maka akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,290 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai 0,252 menyatakan jika setiap penambahan 1 point produk maka akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,252 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai 0,187 menyatakan jika setiap penambahan 1 point kualitas layanan maka akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,187 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai 0,203 menyatakan jika setiap penambahan 1 point kualitas layanan maka akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,203 dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa koefisien arah regresi dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,290 atau positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian berdasarkan uji keberartian koefisien regresi linier berganda untuk variabel

harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,483 > 1,988$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dengan sumbangan relatif sebesar 29,54% dan sumbangan efektif 14,94%.. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga semakin murah maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan atau sebaliknya harga semakin mahal, maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Variabel produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis kedua diketahui koefisien regresi produk (b_2) sebesar 0,252 bernilai positif. Berdasarkan uji keberartian koefisien linier ganda untuk variabel produk diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,467 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,001 dengan sumbangan relatif sebesar 28,52% dan sumbangan efektif 14,43%. Hal ini berarti produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi cita rasa produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan atau sebaliknya semakin rendah cita rasa produk akan semakin rendah kepuasan pelanggan.

Variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis ketiga diketahui koefisien regresi kualitas layanan (b_3) 0,187 sebesar bernilai positif. Berdasarkan uji keberartian koefisien linier ganda untuk variabel kualitas layanan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,492 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,014 dengan sumbangan relatif sebesar 22,36% dan sumbangan efektif 11,31%. Hal ini berarti kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penghitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin baik kualitas layanan akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Sebaliknya semakin buruk kualitas layanan, maka akan semakin rendah kepuasan pelanggan.

Variabel tempat terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis kedua diketahui koefisien regresi tempat (b_4) sebesar 0,203 bernilai positif. Berdasarkan uji keberartian koefisien linier ganda untuk variabel tempat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,437 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,017 dengan sumbangan relatif sebesar 19,58% dan sumbangan efektif 19,90%. Hal ini berarti tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan

pelanggan. Berdasarkan hasil penghitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin baik tempat akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya semakin buruk tempat, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah atau menurun.

Berdasarkan uji keberartian regresi linier ganda atau uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $24,353 > 3,090$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$. Hasil ini berarti harga, produk, kualitas layanan dan tempat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dinyatakan bahwa kecenderungan peningkatan kombinasi harga, produk, kualitas layanan dan tempat akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi sebesar $0,506$ yang artinya bahwa ada pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan $50,6\%$ sedangkan $49,4\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis, misalnya: kebersihan, promosi, dan variabel lainnya.

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda diperoleh persamaan $Y = 1,135 + 0,290X_1 + 0,252X_2 + 0,187X_3 + 0,203X_4$, yang artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga (X_1), produk (X_2), kualitas layanan (X_3), dan tempat (X_4).
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,483 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,001$ dengan sumbangan relatif sebesar $29,54\%$ dan sumbangan efektif $14,94\%$.
3. Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,467 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,001$ dengan sumbangan relatif sebesar $28,52\%$ dan sumbangan efektif $14,43\%$.

4. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,492 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,014$ dengan sumbangan relatif sebesar $22,36\%$ dan sumbangan efektif $11,31\%$.
5. Tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,437 > 1,988$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,017$ dengan sumbangan relatif sebesar $19,58\%$ dan sumbangan efektif $19,90\%$.
6. Harga, produk, kualitas layanan, tempat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari analisis uji f yang memperoleh F_{hitung} sebesar $24,353$ lebih besar dari F_{tabel} sebesar $3,090$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$. Dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,506$ menunjukkan bahwa besarnya pengaruh harga, produk, kualitas layanan, tempat terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan pecel madiun laris manis cabang manang Surakarta adalah sebesar $50,6\%$ sedangkan $49,94\%$ sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2010. "*Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*". Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol 2, No 1, Tahun 2010: Universitas Negeri Medan.
- Handi, Irawan. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Harjanto, Ryan Nur. 2010. Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mamamia Cabang Mrican Semarang. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kotler , Philip. 2000. *Marketing Management*. The Millenium Edition Northwestern University.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Penerbit Andi.