

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis semakin ketat dalam persaingan dikarenakan adanya kemajuan teknologi sehingga lebih memudahkan konsumen untuk mencari sumber informasi yang lengkap mengenai beberapa alternatif produk seperti harga dan pilihan produk yang tersedia di pasar.

Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan manusia. Ini dilihat dari aspek kehidupan manusia yang harus bersaing untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Begitu juga dalam dunia bisnis, setiap pergerakan yang terjadi dalam bisnis adalah sebuah persaingan. Saat ini persaingan memang semakin ketat dan kuat.

Persaingan usaha (bisnis) juga dapat ditemui dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat.

Utamanya persaingan ketat juga dirasakan oleh seluruh pengusaha rumah makan, rumah makan adalah bidang usaha yang menyajikan dan menyediakan hidangan dan tempat kepada masyarakat serta menetapkan harga tertentu untuk makanan dan pelayanan.

Rumah makan juga bersaing dalam bidang teknologi, harga, pelayanan, kualitas menu yang disajikan serta kondisi tempat yang diberikan. Namun disamping itu semua, yang menjadi faktor utama konsumen saat ini adalah harga

dan pelayanan yang diberikan pihak rumah makan.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk (Tjiptono, 2004:125) seperti dikutip Yulyani (2018: 13).

Luwu Utara dibentuk berdasarkan Undang-undang No. 13 Tahun 1999 tentang Pembentukan Daerah Kabupaten Luwu Utara. Ibu kota Kabupaten Luwu Utara adalah Masamba yang berjarak 430 km ke arah utara kota Makassar. Luwu Utara terkenal akan budaya serta kuliner yang khas yaitu kapurung, yang tak semua daerah memilikinya. Luwu Utara kaya akan bahan baku makanan pokok seperti jagung, sagu, padi dan lainnya.

Tak salah lagi Luwu Utara memiliki banyak rumah makan atau wisata kuliner yang dapat dijumpai diberbagai wilayah Luwu Utara, salah satunya rumah makan binte yang ada di Masamba, binte salah satu makanan favorit yang sering dikunjungi anak muda, orang tua bahkan anak-anak.

Luwu Utara juga dikenal dengan keramahannya terhadap orang-orang sehingga tidak heran lagi bahwa pelayanan di Luwu utara menjadi icon tersendiri para pelaku usaha rumah makan.

Pelayanan setiap rumah makan berbeda-beda. Salah satunya yang ada di Masamba yaitu rumah makan padang. Rumah makan ini berlokasi di Jl. Hasanuddin, sekitar 1 km kearah utara setelah pusat kota Masamba. Rumah makan ini memiliki pelayanan yang ramah dimana melayani pengunjung tanpa

mengenal waktu. Pelayanan merupakan hal penting yang bisa kita lakukan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Bukan hanya pelayanan yang baik, harga pun tak kalah penting untuk menjadi daya tarik konsumen, dengan kualitas yang baik serta harga yang terjangkau maka akan meningkatkan permintaan konsumen.

Kesenjangan antara harapan dan kenyataan beberapa rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu utara ialah dalam menentukan harga masih kurang tepat terhadap kualitas menu yang disajikan, serta masalah antara pelayanan yang diberikan terhadap konsumen dimana sangat perlu untuk diberikan pelayanan yang baik karena akan menjadi salah satu faktor penentu konsumen akan berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian di atas rumah makan merupakan salah satu usaha yang mempunyai pesaing yang cukup banyak dimana para pengusaha rumah makan harus memaksimalkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya ialah penetapan harga yang baik dan pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan uraian yang telah dikemukakan dilatar belakang, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara?

2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara?
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara?

1.4 Manfaat Penelitian

Segala hal yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat manfaat yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak lain yang terkait, yaitu:

1.4.1 Manfaat teoritis

Segala hal yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat manfaat yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak lain yang terkait, adapun manfaat penelitian ini yaitu:

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Untuk menambah ilmu pengetahuan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat selama kuliah, sehingga tercipta wahana ilmiah.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menembah ilmu pengetahuan di bidang pendidikan.

1.4.2 Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Bagi peneliti lebih lanjut, dapat dijadikan referensi untuk membantu

memecahkan masalah yang berkaitan dengan pengaruh harga dan pelayanan terhadap konsumen rumah makan.

- b. Bagi pengusaha rumah makan, dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam usaha rumah makan.

1.4.3 Manfaat kebijakan

Secara kebijakan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang terkait dalam pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan penetapan pengaruh harga dan pelayanan terhadap konsumen rumah makan di kecamatan masamba kabupaten luwu utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Harga

Harga sering dikaitkan dengan permintaan dimana muncul hukum permintaanyang berbunyi makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap harga tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2006:76) seperti dikutip Yuwananto (2011: 14).

Menurut Tjiptono (2008: 151) dalam Yulyani (2018: 22) harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) dalam Putri (2016: 24) Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler (2000:107) dalam Adi (2012: 27) yang dimaksud dengan harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termaksud pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya.

Sedangkan menurut Staton (2000: 308) dalam Putri (2016: 24-25). “Harga

adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya". Menurut Swastha (lihat Putri, 2016: 24-25), "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Husein (2002) dalam Adi (2012 : 28), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk barang atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap seorang pembeli.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut diatas mengenai harga, dapat disimak dan disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah jumlah nilai tukar yang ditentukan oleh produsen kepada konsumen sebagai alat transaksi terhadap penggunaan atau konsumsi konsumen terhadap barang/jasa.

2.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga

Setiap perusahaan dapat menentukan harga dengan berbagai pertimbangan mengenai penetapan kebijakan harga, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga ialah keadaan perekonomian, kurva permintaan, biaya perusahaan, persaingan, konsumen, dan peraturan pemerintah.

2.1.2 Metode-metode penetapan harga

Dalam menetapkan harga perusahaan mampu mengetahui metode-metode penetapan harga, adapun metode penetapan harga yaitu pertama, metode

penetapan harga berbasis permintaan dimana metode ini menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Kedua, metode penetapan harga berbasis biaya dimana pada metode ini harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba. Ketiga, metode penetapan harga berbasis laba dimana metode ini bertujuan menyeimbangkan antara pendapatan dan biaya dalam penetapan harga. Keempat, metode penetapan harga berbasis persaingan, pada metode ini dalam penentuan harga perusahaan melihat adanya persaingan antara produk yang sama dengan harga yang ditentukan oleh perusahaan lain.

2.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Cravens (2003:23) dalam Yulyani (2018: 20) mengungkap pengertian pelayanan yaitu upaya dalam memenuhi permohonan untuk menspesifikasikan produk seperti data kinerja, permohonan untuk rincian, pemrosesan pesanan pembelian, penyelidikan status pesanan dan layanan garansi.

Menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) dalam Yulyani (2018: 20) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2010:243) dalam Situmeang (2017: 27) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan

pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2002: 83) dalam Primadiawan (2018 : 16) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual (Yamit, 2004: 22) seperti dikutip Yulyani (2018: 20).

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang sifatnya abstrak dimana perusahaan tidak bisah menilai kualitas yang diberikan kepada pihak konsumen, olehnya hanya konsumenlah yang dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut diatas mengenai pelayanan, dapat disimak dan disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebagai aktifitas tambahan untuk memuaskan dan menarik konsumen agar kembali menggunakan barang/jasa.

2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen

Dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pada pasal 1 poin 1 menyebutkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang

dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen.

Menurut Mowen dan Minor (2002: 89) dalam Sukmawati (2017: 43) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Kotler (2007) dalam Riyanto (2015: 5) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap terhadap (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkomunikasikan produk. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk (Yamit, 2005) seperti dikutip Riyanto (2015: 5-6).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas mengenai kepuasan konsumen, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap barang/jasa yang telah dikonsumsi.

2.4 Penelitian Terdahlu

Penelitian terdahulu harus banyak meneliti variabel-variabel ini sehingga dapat memperkuat landasan teori dan sebagai referensi bagi penulis. Peneliti-peneliti terdahulu yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anik Setyowati	“Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada RM Lombok Idjo ”	X_1 = Harga X_2 = Lokasi X_3 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Lombok Idjo. - Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Lombok idjo. - Kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Lombok idjo.
2.	- Dewi Nurmasari Pane, SE., MM.	“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	X_1 = Harga X_2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan

	<ul style="list-style-type: none"> - Miftah El Fikri, S.E., M.Si. - Husni Muharram Ritonga, BA., M.SC 	Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan”	Konsumen	terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial disebabkan data atau sampel yang digunakan dari angket yang disebarakan kepada pelanggan, sehingga menjamin keakuratan jawaban yang diberikan pelanggan Rumah Makan Sidempuan.
3.	Rina Sukmawati	“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”	$X_1 =$ Kualitas Produk $X_2 =$ Harga $X_3 =$ Pelayanan $Y =$ Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen <i>Garden Cafe</i>. - Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen <i>Garden Cafe</i>. - Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen <i>Garden Cafe</i>.
4.	<ul style="list-style-type: none"> - Mega Silvia Ransulangi - Silvy Mandey - Willem A. Tumbuan 	“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado”	$X_1 =$ Kualitas Produk $X_2 =$ Harga $X_3 =$ <i>Servicescape</i> $Y =$ Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Kualitas Produk, Harga dan <i>Servicescape</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
5.	- Angelia	“Pengaruh Kualitas	$X_1 =$ Kualitas	Hasil penelitian

	<p>Gabriela Sampelan</p> <p>- Sem G. Oroh</p> <p>- Silcyljeova Moniharapon</p>	<p>Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado”</p>	<p>Pelayanan</p> <p>$X_2 =$ Kualitas Produk</p> <p>$X_3 =$ Kebijakan Harga</p> <p>Servicescape</p> <p>$Y =$ Loyalitas Konsumen</p>	<p>menunjukkan secara simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kebijakan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Kawan Baru Mantos. Secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Variabel yang paling dominan adalah kualitas produk. Pimpinan restoran Kawan Baru sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada para konsumennya.</p>
6.	<p>- Johannes Gerardo Runtuuwu</p> <p>- Sem Oroh</p> <p>- Rita Taroreh</p>	<p>“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado”</p>	<p>$X_1 =$ Kualitas Produk</p> <p>$X_2 =$ Harga</p> <p>$X_3 =$ Kualitas Pelayanan</p> <p>$Y =$ Kepuasan Pengguna</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan</p>

				berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Manajemen Cafe dan Resto Cabana Manado sebaiknya meningkatkan kualitas produk agar kepuasan pengguna dapat selalu terpenuhi.
7.	- Jefry F.T. Bailia - Agus Supandi Soegoto - Sjendry Serulo R. Loindong	“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado”	$X_1 =$ Kualitas Produk $X_2 =$ Harga $X_3 =$ Lokasi $Y =$ Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen dan harga merupakan variabel yang dominan dengan demikian harga yang ditawarkan kepada konsumen kompetitif. Bagi para pengelola warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
8.	Cynthia Violita Wijaya	“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot	$X_1 =$ Harga $X_2 =$ Kualitas Pelayanan $X_3 =$ Kualitas Produk $Y =$ Kepuasan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara

		Madiun Masakan Khas Bu Rudy”	Konsumen	signifikan maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Depot Bu Rudy.
9.	- Era Savia - T. Makmur - Edy Marsudi	“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Rumah Makan Aditya Jaya Di Kabupaten Aceh Besar”	$X_1 =$ Kualitas Produk $X_2 =$ Harga $X_3 =$ Pelayanan $Y =$ Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya.
10.	Imam Santoso	“Peran Kualitas Produk Dan Layanan, Harga Dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen”	$X_1 =$ Kualitas Produk $X_2 =$ Layanan $X_3 =$ Harga $X_3 =$ Atmosfer $Y_1 =$ Keputusan Pembelian $Y_2 =$ Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji, namun atmosfer rumah makan dan kualitas pelayanan belum terdapat bukti yang memadai berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan cepat saji.
11.	Safrizal	“Pengaruh Harga dan Kualitas	$X_1 =$ Harga $X_2 =$ Kualitas	- Hasil pertama yaitu harga dan

		Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa”	Pelayanan Y = Kepuasan Konsumen	kualitas pelayanan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di kota Langsa di terima. - Hasil kedua yaitu harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di kota Langsa di terima.
12.	Nurafrina Siregar, S.E., M.Si. Dan Hakim Fadillah, S.E.	“Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan”	X_1 =Pencitraan X_2 = Kualitas Produk X_3 = Harga Y = Loyalitas Pelanggan	- Pencitraan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan - Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan - Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
13.	Arif Ferdian Agung	“Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan	X_1 = Harga X_2 = Kualitas Pelayanan	- Harga tidak berpengaruh positif dan

		Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam”	Y = Kepuasan Konsumen	<p>signifikan terhadap kepuasan konsumen Surya.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Indomaret. - Terdapat perbedaan harga dan kualitas pelayanan yang signifikan antara Swalayan Surya dan Indomaret terhadap kepuasan konsumen.
14.	Immanuel Catur Restu Putra Hendarsono	“Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”	$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$ $X_2 = \text{Harga}$ $Y = \text{Kepuasan Konsumen}$	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen - Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan
15.	- Della Sebrica - Sri Suryoko - Apriatni	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal”	$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$ $X_2 = \text{Harga}$ $Y = \text{Kepuasan Konsumen}$	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan kampoeng djowo sekatul kabupaten Kendal.

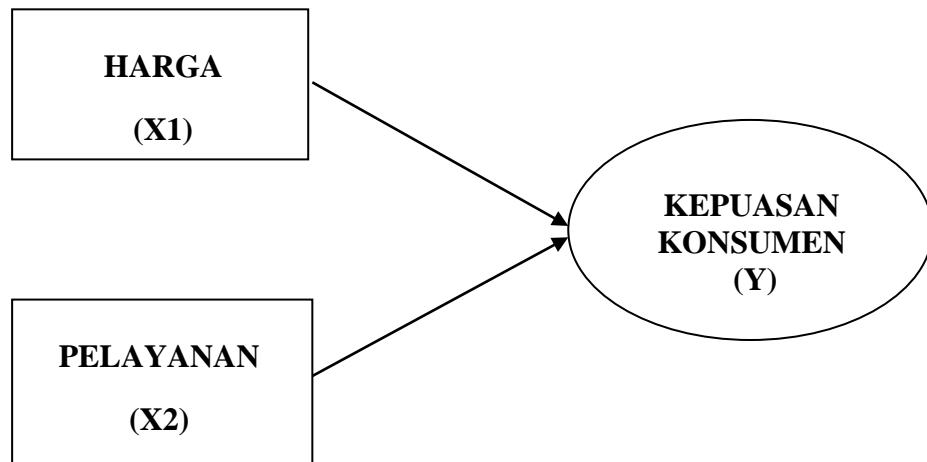
2.5 Kerangka Konseptual

Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap konsumen karena harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Harga harus diimbangi dengan kualitas yang disajikan, sehingga konsumen merasa ada timbal balik antara rumah makan dan konsumen.

Pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh pihak rumah makan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari pihak rumah makan maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan pihak rumah makan terhadap konsumen.

Harga dan pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik, sedangkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan di bandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dapat tercipta dengan adanya harga yang terjangkau diimbangi dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan. Dengan kata lain semakin terjangkau harga suatu produk dan semakin baiknya kualitas pelayanan maka akan semakin besar kepuasan yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan hasil teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

→ = Berpengaruh/Arah garis penghubung

□ = Variabel Independen

○ = Variabel Dependen

Dari kerangka konseptual yang terlihat diatas maka dapat dijelaskan bahwa harga (X1) dan pelayanan (X2) sebagai variabel bebas, sedangkan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat.

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Diduga bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

2. Diduga pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan data secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis, akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.

Sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di 10 Rumah Makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara dengan alasan bahwa salah satu komoditi pariwisata di Kabupaten Luwu Utara ialah di bidang kuliner. Penelitian ini diperkirakan pada bulan Mei-Juni 2020.

3.3 Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti, dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2007: 155) seperti dikutip Situmeang (2017: 32).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke 10 Rumah Makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara yang jumlahnya 97.200 orang yang diambil dari data tahun 2019.

Dari pra penelitian yang peneliti lakukan pada tanggal 24 Desember 2019 di beberapa rumah makan di kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara maka ada beberapa daftar Rumah Makan yang peneliti dapat, berikut tabel daftar rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara:

Tabel 3.1 Daftar Rumah Makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara

No.	Nama Rumah Makan	Kecamatan
1.	RM. Ulu Bete Laut Masamba	Masamba
2.	RM. Rasa Kampoeng	Masamba
3.	RM. Celebes	Masamba
4.	Binte Mama Farid	Masamba
5.	RM. Citra Minang	Masamba
6.	RM. Banyuwangi	Masamba
7.	RM. Tunggal Rasa Solo	Masamba

8.	RM. Ampera 78	Masamba
9.	Dapur Aisyah Kappuna	Masamba
10.	RM. Padang	Masamba
11.	RM. Sleduk	Masamba
12.	RM. C.Best	Masamba
13.	RM. Sari Laut	Masamba
14.	RM. Podomoro	Masamba
15.	RM. Sopo Yono	Masamba
16.	RM. Delta Food	Masamba
17.	RM. Seafood Teluk	Masamba
18.	RM. Rahmat	Masamba
19.	RM. Podo Mampir	Masamba
20.	RM. Anda	Masamba
21.	RM. Idola	Masamba
22.	RM. Gama	Masamba
23.	RM. Masamba Kuliner	Masamba
24.	RM. Royal	Masamba

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Luwu Utara, 2020

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobably Sampling*. *Nonprobably Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Nonprobably Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah

Accidental Sampling. *Accidental Sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

Dari daftar Rumah makan di atas, maka peneliti mengambil 10 sampel Rumah Makan untuk dijadikan bahan penelitian dimana sampelnya adalah konsumen yang berkunjung di Rumah Makan tersebut yang kebetulan dijumpai oleh peneliti, berikut daftar 10 sampel rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara:

Tabel 3.2 Daftar 10 Sampel Rumah Makan Di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara

No.	Nama Rumah Makan	Kecamatan
1.	RM. Ulu Bete	Masamba
2.	RM. Padang	Masamba
3.	RM. Banyu Wangi	Masamba
4.	RM. Podomoro	Masamba
5.	RM. Seafood Teluk	Masamba
6.	RM. Delta Food	Masamba
7.	RM. Podo Mampir	Masamba
8.	RM. Anda	Masamba
9.	RM. Masamba Kuliner	Masamba
10.	RM. Royal	Masamba

Sumber: Olahan data sekunder, 2020

Dari 10 Rumah Makan yang peneliti jadikan sampel, terdapat 32 responden yang peneliti jumpai saat melakukan penelitian. Dimana jumlah responden dari Rumah Makan Ulu Bete sebanyak 3 responden, Rumah Makan

Padang sebanyak 3 responden, Rumah makan Banyu Wangi sebanyak 3 responden, Rumah Makan Podomoro sebanyak 3 responden, Rumah Makan Seafood Teluk sebanyak 3 responden, Rumah Makan Delta Food sebanyak 3 responden, Rumah Makan Podo Mampir sebanyak 3 responden, Rumah Makan Anda sebanyak 4 responden, Rumah Makan Masamba Kuliner sebanyak 3 responden, dan Rumah makan Royal sebanyak 4 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. sementara data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung dari objek atau subjek peneliti melainkan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, menggunakan data sekunder yang diambil dari data Pemerintah Kabupaten Luwu Utara di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) mengenai daftar rumah makan di Kecamatan Masamba, dan data primer yang diperoleh dari konsumen pada 10 rumah makan di Kecamatan Masamba melalui kuesioner dan wawancara. Penelitian kuantitatif ialah sebuah metode yang dikenal memberikan gambaran terhadap suatu objek melalui teknik analisis tertentu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan yaitu tinjauan langsung terhadap masyarakat yang termasuk kedalam data primer.

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui kuesioner yang langsung ditujukan pada konsumen di 10 Rumah Makan yang ada di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan langsung yang diperoleh dari objek penelitian.

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian. Metode pengumpulan data ini dapat dilakukan sendiri-sendiri, namun dapat pula digunakan dengan menggabungkan dua metode atau lebih. Beberapa teknik/metode pengumpulan data antara lain:

3.5.1 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi.

3.5.2 Wawancara.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media-media tertentu, misalnya telepon, email, atau skype. Wawancara terbagi atas dua kategori, yakni:

- a) Wawancara terstruktur, dimana peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti alat bantu *recorder*, kamera untuk foto, serta instrumen-instrumen lainnya.

b) Wawancara tidak terstruktur, dimana wawancara ini bersifat bebas. Peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan spesifik, namun hanya membuat poin-poin penting dari masalah yang ingin digali dari responden.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Dokumentasi adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis. Ada dua jenis dokumen yang digunakan dalam pengumpulan data, yakni dokumen primer dan dokumen sekunder. Dokumen primer adalah dokumen yang ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa, misalnya autobiografi. Sedangkan dokumen sekunder adalah dokumen yang ditulis berdasarkan oleh laporan/cerita orang lain, misalnya biografi.

3.5.4 Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Berdasarkan bentuk pertanyaan, kuesioner dapat dikategorikan dalam dua jenis, yakni kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab.

Sementara itu, koesioner tertutup adalah kuesioner yang telah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih oleh objek penelitian. Seiring dengan perkembangan, beberapa penelitian saat ini juga menerapkan metode kuesioner yang memiliki bentuk semi terbuka. Dalam bentuk ini, pilihan jawaban telah diberikan oleh peneliti, namun objek penelitian tetap diberi kesempatan untuk menjawab sesuai dengan kemauan mereka.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

.1. Variabel bebas (*independen*)

Merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor yang didalamnya yang menentukan atau yang mempengaruhi adanya variabel-variabel terikat.

Dalam penelitian ini variabel bebas adalah :

- a. Harga (X1) adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya.

Tabel 3.3 Indikator Variabel Harga

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Likert
Harga	a. Keterjangkaun harga	1. Tinggi 2. Sedang 3. Rendah	Skala Likert
	b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	4. Harga sesuai dengan kualitas rasa. 5. Harga sesuai dengan kualitas porsinya.	

	c. Daya saing harga	6. Harga rumah makan ini lebih murah dibandingkan tempat lain.	
	d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	7. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan	

Sumber: William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Eds Ketujuh Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 1998)

b. Menurut KBBI pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Sampara dalam Sinambela (2011: 5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.4 Indikator Variabel Pelayanan

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Likert
Pelayanan	a. Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan rumah makan ini memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian. 2. Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung. 3. Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan. 4. Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan. 	

	b. Daya tangkap	5. Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung. 6. Karyiawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.	Skala Likert
	c. Jaminan	7. Ruangan yang menarik dan tempat yang bersih	

Sumber: Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama* (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008).

2. Variabel Terikat (*dependen*)

Yaitu sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor di dalamnya yang ada ditentukan atau dipengaruhi oleh adanya variabel lain, dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah konsumen (Y).

Tabel 3.5 Indikator Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Likert
Kepuasan Konsumen	a. Kesesuaian harapan	1. Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen. 2. Karyiawan memberikan pelayanan yang baik. 3. Fasilitas penunjang seperti cuci tangan, wc, dan musholah yang ada sesuai	Skala Likert

	b. Minat berkunjung kembali	<p>yang diharapkan</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan. 5. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan. 6. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. 7. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak. 8. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan sangat baik. 9. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai. 	
--	-----------------------------	---	--

Sumber: Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert dimana sifat penelitian ini mengenai sikap dan pendapat responden terhadap objek yang diteliti.

3.7 Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diolah adalah angket. Angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan dalam bentuk angket, yang nantinya akan ditunjukkan kepada konsumen Rumah Makan. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup.

Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Kuesioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Pengukuran variabel Harga (X1) dan variabel Pelayanan (X2) menggunakan skala likert, karena penelitian akan menjadi pendapat/persepsi konsumen serta sikap dan perilaku terkait dengan objek yang diteliti. Kuesioner yang digunakan di desain berdasarkan skala model likert, pensporan kuesioner skala likert dalam hal ini mengacu pada ilmiah alternatif jawaban. Jawaban pertanyaan hanya merupakan peringkat dan angka-angka tersebut hanya merupakan simbol, tidak mengekspresikan jumlah. (Nur, 2011: 126).

Responden dapat memberi jawaban pada rentang angka 1-5 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1 = Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Jawaban Tidak Setuju (TS)
- 3 = Jawaban Netral (N)
- 4 = Jawaban Setuju (S)
- 5 = Jawaban Sangat Setuju (SS)

3.8 Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian akan dilakukan adalah :

1. Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak

digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah item yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *corrected item total correlation* (Ibid, hal. 24).

b) Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Duwi Priyatno Spss, Yogyakarta: Medikom, 2011). Tujuan dari uji reabilitas adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga saat diberikan berulang akan mendapatkan hasil yang konsisten. Uji reabilitas menggunakan program SPSS 20.

2. Uji Hipotesis

a) Uji Determinan (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1 dan X_2) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat

dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

b) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_i = 0$ Analisis Regresi Linear Ganda

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b \neq 0$ (2)

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_0 diterima, apabila t hitung $<$ t tabel pada $\alpha = 0.05$

H_a diterima, apabila t hitung $>$ t tabel pada $\alpha = 0.05$

c) Uji simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (3)

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ (4)

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara dua variabel bebas yaitu Harga (X_1), dan Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + H_1X_1 + P_2X_2 + e \quad (5)$$

Dimana :

X_1 = Harga

X_2 = Pelayanan

Y = Kepuasan konsumen

a = konstanta dari persamaan regresi

X_1 = koefisien regresi dari variabel X_1

X_2 = koefisien regresi dari variabel X_2

e = variabel pengganggu/error

Dalam proses pengolahan data, penulis menggunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows.

3.9 Identifikasi responden

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di kecamatan masamba kabupaten luwu utara. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan koesioner pada konsumen yang sedang berkunjung di rumah makan di kecamatan masamba. Responden pada penelitian ini sebanyak 32 orang.

Dari hasil penyebaran koesioner tersebut, kemudian dilakukan pengidentifikasian mengenai identitas responden yang dibagi dalam beberapa karakteristik, yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan dan penghasilan.

1. Usia

Tabel berikut ini menunjukkan data responden berdasarkan usia.

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 30	3	9.4	9.4	9.4
Valid 16-22	12	37.5	37.5	46.9
23-29	17	53.1	53.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Berdasarkan pada table 4.1 diketahui bahwa dari 32 responden sebanyak 9,4% atau sebanyak 3 orang responden berusia >30 tahun, kemudian 37,5% atau sebanyak 12 orang responden berusia 16-22 tahun dan 53,1% atau sebanyak 17 orang responden berusia 23-29 tahun.

2. Jenis kelamin

Tabel berikut ini menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	17	53.1	53.1	53.1
	P	15	46.9	46.9	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 17 orang atau sebesar 53,1% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 46,9%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah laki-laki.

3. Pekerjaan

Tabel berikut ini menunjukkan data responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KARYAWAN	6	18.8	18.8	18.8
	LAINNYA	16	50.0	50.0	68.8
	PELAJAR/MAHASISWA	9	28.1	28.1	96.9
	PNS	1	3.1	3.1	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa 32 responden sebanyak 18,8% atau 6 orang responden bekerja sebagai karyawan, 50,0% atau sebanyak 16 orang

responden bekerja sebagai lainnya, 28,1% atau sebanyak 9 orang responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, 3,1% atau sebanyak 1 orang responden bekerja sebagai PNS.

4. Penghasilan

Tabel berikut ini menunjukkan data responden berdasarkan penghasilan.

Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1 JUTA	1	3.1	3.1	3.1
< 1 JUTA	19	59.4	59.4	62.5
Valid > 4 JUTA	4	12.5	12.5	75.0
2 JUTA- 4 JUTA	8	25.0	25.0	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.4 diketahui bahwa 3,1% atau sebanyak 1 orang responden berpenghasilan <1 juta, 59,4% atau sebanyak 19 orang responden berpenghasilan <1 juta, 12,5% atau sebanyak 4 orang responden berpenghasilan >4 juta, 25,0% atau sebanyak 8 orang responden berpenghasilan 2 juta-4 juta.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran umum objek penelitian

Masamba adalah nama sebuah Kecamatan di Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan. Masamba juga merupakan ibu kota Kabupaten yang terletak di bagian utara Sulsel. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), diketahui bahwa luas wilayah Kecamatan Masamba adalah sekitar 1.068,85 Km². Kecamatan Masamba berbatasan langsung dengan Kecamatan Rampi di sebelah utara. Kecamatan Mappedeceng di sebelah timur, dan Kecamatan Baebunta di sebelah barat dan selatan.

Pemerintah Kecamatan Masamba membawahi 19 desa defenitif dan 3 UPT. Desa yang paling luas wilayahnya adalah Desa Lantang Tallang (253,99 Km²) atau meliputi 23,76 persen luas wilayah Kecamatan Masamba. Adapun wilayah yang mempunyai luas yang kecil adalah UPT Maipi (2,00 Km²) atau hanya 0,19 persen luas wilayah Kecamatan Masamba.

Berdasarkan jumlah penduduk sampai dengan tahun 2017, tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan Masamba dengan luas wilayah 1.068,85 Km² dan jumlah penduduk sebanyak 36.862 jiwa, maka tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan ini hanya sebesar 34 jiwa per Km². dengan kata lain

setiap Km luas wilayah di Kecamatan Masamba secara rata-rata hanya dialami oleh 34 orang.

Pada tahun yang sama, jumlah penduduk laki-laki sebanyak 18.070 jiwa dan jumlah penduduk perempuan 18.792 jiwa. Dengan demikian maka rasio jenis kelamin adalah sebesar 96 yang artinya dari setiap 100 penduduk terdapat 96 penduduk laki-laki.

Berdasarkan pendidikannya, jumlah fasilitas pendidikan di Kecamatan Masamba relatif lebih banyak dibandingkan Kecamatan lain di Kabupaten Luwu Utara. Jumlah Taman Kanak-kanak sebanyak 24 unit, Sekolah Dasar dan sederajat sebanyak 26 unit, SLTP sederajat sebanyak 12 unit, dan SLTA sederajat sebanyak 7 unit. Pada tahun 2017, jumlah total murid tercatat di Kecamatan Masamba sebanyak 10.211 murid, terdiri dari 940 murid Taman Kanak-kanak, 4.114 murid Sekolah Dasar, 2.636 murid SLTP, 2.521 murid SLTA. Jika dilihat dari jenis kelamin, jumlah murid laki-laki sebanyak 4.979 murid dan jumlah murid perempuan sebanyak 5.232 murid. Jumlah total guru di Kecamatan Masamba sebanyak 884 guru, terdiri dari 375 guru tetap dan 327 guru honorer untuk jenjang TK, SD, dan SMP, sedangkan untuk jenjang SMA jumlah guru tidak rinci guru tetap dan guru honorer hanya jumlah totalnya saja. Jika dilihat per jenjang pendidikan, jumlah guru jenjang Taman kanak-kanak sebanyak 90 guru, Sekolah Dasar sebanyak 358 guru, SLTP sebanyak 254 guru, dan SLTA sebanyak 182 guru.

Dalam bidang kesehatan, fasilitas dan sarana kesehatan di Kecamatan Masamba relative memadai jika dibandingkan Kecamatan lain. Untuk melayani 22 desa/UPT yang ada, terdapat 1 unit puskesmas, 8 unit pustu, 14 tempat praktek dokter, 5 tempat praktek bidan dan 9 polindes/poskesdes. Adapun tenaga medis yang terdapat di Kecamatan ini terdiri dari 19 orang dokter, 19 bidan, 7 dukun bayi terlatih dan 2 dukun bayi belum terlatih. Jumlah pengunjung puskesmas pada tahun 2017 sebanyak 39.241 pengunjung, dengan pengunjung terbanyak dari Kelurahan Bone, sedangkan jumlah Posyandu sebanyak 37 unit.

Perumahan dan lingkungan di Kecamatan Masamba relative baik. Di mana seluruh desa sebagian besar penduduknya sudah memiliki jamban sendiri, 17 desa/UPT keadaan saluran pembuangan limbah cairnya telah lancar, dan 5 desa belum. Terdapat 6 desa dimana cara pembangunan sampahnya diangkut ke pembuangan sampah dan 16 desa/UPT lainnya dibuang kedalam lubang lalu dibakar. Pada tahun 2017, masih terdapat beberapa desa yang berada di daerah pegunungan belum terdapat beberapa desa yang berada di daerah pegunungan belum menggunakan listrik PLN.

Perdagangan dan hotel, kegiatan perdagangan di Kecamatan Masamba didukung oleh keberadaan beberapa minimarket sebanyak 9 buah masing-masing 2 di kelurahan Kappuna, 4 di kelurahan Bone dan 3 di kelurahan Bone Tua. Untuk sarana akomodasi, terdapat 8 buah penginapan masing-masing 3 di kelurahan Kappuna, 3 di kelurahan Bone dan 2 di kelurahan Baliase. Terdapat 1 pasar di Kecamatan Masamba yang menjadi sentral.

4.2 Statistik deskriptif variabel penelitian

Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
JUMLAH_X1	32	17	30	24.56	3.934
JUMLAH_X2	32	17	35	28.06	4.905
JUMLAH_Y	32	21	45	34.00	6.263
Valid N (listwise)	32				

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa variabel harga (X1) jawaban minimum responden sebesar 17 dan maksimum sebesar 30, dengan rata-rata total jawaban 24,56 dan standar deviasi 3,934. Artinya pada jawaban minimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS) dan Netral (N), sedangkan pada jawaban maksimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Dengan rata-rata total jawaban responden adalah jumlah jawaban dibagi dengan jumlah responden dengan penyimpangan sebesar 3,934.

Pada variabel pelayanan (X2) jawaban minimum responden sebesar 17 dan jawaban maksimum sebesar 35, dengan rata-rata total jawaban 28,06 dan standar deviasi 4,905. Artinya pada jawaban minimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS) dan Netral (N), dan pada jawaban maksimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Dan rata-rata total jawaban responden adalah jumlah jawaban dibagi dengan jumlah responden dengan penyimpangan 4,905.

Variabel kepuasan konsumen (Y) jawaban minimum responden sebesar 21 dan jawaban maksimum sebesar 45, dengan rata-rata total jawaban 34,00 dan

standar deviasi 6,263. Artinya pada jawaban minimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS) dan Netral (N), dan pada jawaban maksimum rata-rata responden menjawab pada pilihan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Dan rata-rata total jawaban responden adalah jumlah jawaban dibagi dengan jumlah responden dengan penyimpangan 6,263.

4.2.1 Analisis data

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap butir angket yang digunakan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang digunakan dalam uji validitas suatu angket atau koesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam koesioner. Ukuran valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 22 berupa nilai item total statistik setiap butir angket.

Setiap butir angket dapat dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2 = 32-2 = 30$ sebesar 0,3494. Hasil output SPSS yang di peroleh untuk uji validitas dari variabel Harga (X1), Pelayanan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) pada rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

No. item	r_{hitung} corrected item-total correlation	r_{hitung} (n = 32, $\alpha = 0,05$)	Status
1	0,883	0,3494	Valid
2	0,917	0,3494	Valid
3	0,863	0,3494	Valid

4	0,911	0,3494	Valid
5	0,869	0,3494	Valid
6	0,895	0,3494	Valid

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Dari data pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel harga (X1) adalah semua item menunjukkan status valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X2)

No item	r_{hitung} corrected item-total correlation	r_{hitung} ($n = 32, \alpha = 0,05$)	Status
1	0,798	0,3494	Valid
2	0,829	0,3494	Valid
3	0,842	0,3494	Valid
4	0,841	0,3494	Valid
5	0,624	0,3494	Valid
6	0,895	0,3494	Valid
7	0,796	0,3494	Valid

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

pelayanan (X2) adalah semua item menunjukkan status valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No item	r_{hitung} corrected item-total correlation	r_{hitung} ($n = 32, \alpha = 0,05$)	Status
1	0,882	0,3494	Valid
2	0,801	0,3494	Valid
3	0,840	0,3494	Valid
4	0,818	0,3494	Valid
5	0,917	0,3494	Valid
6	0,825	0,3494	Valid
7	0,812	0,3494	Valid
8	0,930	0,3494	Valid
9	0,879	0,3494	Valid

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Dari data pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) adalah semua item menunjukkan status valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari jawaban responden yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian yaitu salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwaliki oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Tingkat Nilai Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang reliabel
0,20 – 0,40	Agak reliabel
0,40 – 0,60	Cukup reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber: olahan data primer, 2020

Adapun tingkat realibilitas pernyataan variabel harga (X1), variabel kualitas pelayanan (X2) serta variabel kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan

di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara berdasarkan output SPSS versi 20.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	6

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Dari hasil output *reliability statistic* di atas di peroleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,943 dengan jumlah pernyataan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (singnifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=32$ dan $df= N - 2 = 32 - 2 = 30$ adalah 0,3494. Dengan demikian nilai *alpha cronbach* $0,943 > 0,3494$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variabel Pelayanan (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	7

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Dari hasil output *reliability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,910 dengan jumlah pernyataan 7 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N= 32$ dan $df= N - 2=32 - 2= 30$ adalah 0,3494. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,910 > 0,3494$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	9

Sumber: data diolah di SPSS 20, 2020

Dari hasil output *reliability statistik* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* 0,953 dengan jumlah pernyataan 9 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N= 32$ dan $df= N - 2= 32 - 2=30$ adalah 0,3494 dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,953 > 0,3493$ sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

4.2.2 Uji statistik

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Harga (X1) dan Pelayanan (X2) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau Kepuasan Konsumen (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df= N - K= 32 - 3= 29$.

Tabel 4.13 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.651	4.531		1.027	.313
JUMLAH_X1	.105	.279	.066	.375	.710
JUMLAH_X2	.954	.224	.747	4.269	.000

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis:

H₀₁: Bahwa harga (X₁) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

H_{a1}: Harga (X₁) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Hasil uji t pada variabel harga atau X₂ probabilitas sig sebesar 0,710. Nilai sig > 0,05 (0,710 > 0,05), maka keputusannya adalah H₀ diterima H_a ditolak, artinya tidak signifikan yang berarti secara persial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara variabel harga atau X₁ mempunyai t_{hitung} yakni 0,375 dengan t_{tabel} 1,699. Jadi t_{hitung} < t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ memiliki kontribusi terhadap Y.

b) Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis:

H₀₂: Bahwa pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan masamba Kabupaten Luwu Utara.

H_{a2}: Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba kabupaten Luwu Utara.

Hasil uji t pada variabel pelayanan atau X₂ diperoleh probabiliti sig sebesar 0,000. Nilai sig < dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang secara persial pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu variabel pelayanan X₁ mempunyai t_{hitung} 4,269 dengan t_{tabel} 1,699. Jadi t_{hitung} > t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel X₂ memiliki kontribusi terhadap Y.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

H₀ : Variabel Independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Dependenden.

H_a : Variabel Independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel Dependenden.

Pengambilan keputusan jika:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.
- 2) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya tidak

signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS:

- 1) Jika $0,05 \geq \text{sig}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika $0,05 \leq \text{sig}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

Tabel 4.14 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	776.525	2	388.262	25.621	.000 ^b
Residual	439.475	29	15.154		
Total	1216.000	31			

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

b. Predictors: (Constant), JUMLAH_X2, JUMLAH_X1

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Harga dan Pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba kabupaten Luwu Utara. Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/degree of freedom (df) untuk penyebut df2 dengan rumus $df2 = n - k$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 3$ dan $n = 32$, maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 3 - 1 = 2$ dan $df2 = 32 - 3 = 29$. Sehingga dengan melihat nilai F_{tabel} dengan $df1 = 2$ dan $df2 = 29$ diperoleh

nilai F_{tabel} sebesar 2,93. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 25,621. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{\text{hitung}} >$ dari F_{tabel} ($25,621 > 2,93$), artinya Harga dan Pelayanan secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan di Kecamatan Masamba kabupaten Luwu Utara.

3. Uji R^2 (Uji Determinasi)

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas (variabel Harga dan Pelayanan) menjelaskan variabel dependen/terikat (variabel Kepuasan Konsumen) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.15 Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.614	3.893

a. Predictors: (Constant), JUMLAH_X2, JUMLAH_X1

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,639 atau 63,9%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Harga (X_1), dan Pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 63,9%, sedangkan sisinya sebesar 36,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2.3 Analisis regresi linier berganda

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.651	4.531		1.027	.313
JUMLAH_X1	.105	.279	.066	.375	.710
JUMLAH_X2	.954	.224	.747	4.269	.000

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B, dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 4,651 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Harga (X_1) = 0,105, dan nilai regresi untuk Pelayanan (X_2) = 0,954. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 \epsilon$$

$$Y = 4,651 + 0,105X_1 + 0,954X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 4,651 menyatakan bahwa jika harga dan pelayanan diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 4,651.
- 2) Koefisien regresi dari harga adalah sebesar 0,105. Maksudnya adalah

bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,105. Begitu juga sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,105.

- 3) Koefisien regresi dari pelayanan adalah sebesar 0,954. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,954. Begitu juga sebaliknya, apabila pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,954.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji t atau uji persial, diketahui bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pelayanan secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara dan pelayanan secara bersama.

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa variabel harga dan pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F caranya yaitu dengan membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/*degree of freedom* (df) untuk penyebut df2 dengan rumus $df2 = n - k$. Dimana k adalah jumlah variabel

(bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini $k = 3$ dan $n = 32$. Maka nilai df_1 dalam penelitian ini adalah $df_1 = 3 - 1 = 2$, dan $df_2 = 32 - 3 = 29$, sehingga dengan melihat F_{tabel} dengan $df_1 = 2$ dengan $df_2 = 29$, diperoleh nilai F_{tabel} dari tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 25,621. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($25,621 > 2,93$), artinya harga dan pelayanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,639 atau 63,9%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga (X_1) dan pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) sebesar 63,9%, sedangkan sisanya 36,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 63,9% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

4.3.1 Pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara persial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di

rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Harga yang ditetapkan oleh rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara tidak menjadi patokan konsumen dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen, disebabkan persoalan makanan yang relatif pada bidang rasa menjadi selera masyarakat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Lina Sari Situmeang mengenai harga terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitiannya menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga digunakan sebagai indikator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesisi 1 diatas, tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,710 lebih besar dari 0,05, dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,375. Hal ini berarti menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan kata lain harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

4.3.2 Pengaruh pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pelayanan secara persial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke rumah makan tersebut. Perusahaan yang mengutamakan

kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai thitung sebesar 4,269. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada bidang kuliner rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah jasa tersebut. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya dengan yang mereka harapkan.

Dari hasil penelitian ini terdapat kesamaan hasil penelitian dengan peneliti sebelumnya oleh Arif Ferdian Agung dengan judul “Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi islam”, dan Imanuel Catur Restu Putra Hendarsono dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen”.

Serta hasil yang tidak sejalan dengan penelitian ini dari penelitian terdahulu oleh Safrizah dengan judul “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ayam penyet pak ulis di kota Langsa”

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibuktikan baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif mengenai “Pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”, maka dapat disimpulkan dan disarankan sebagai berikut:

5.1 Simpulan

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan hasil analisis uji statistik secara persial bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara, yang ditunjukkan nilai sebesar 10,5%. Artinya harga tidak selamanya mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan hasil analisis uji statistik secara persial bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara, besarnya pengaruh pelayanan tersebut adalah sebesar 95,4%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,954. Begitu juga sebaliknya, apabila pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,954.
3. Harga dan pelayanan secara simultan atau bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk pengusaha rumah makan, harus mampu menarik konsumen dengan berbagai konsep, kreativitas dan kualitas, sehingga konsumen tertarik untuk datang kembali pada rumah makan tersebut.
2. Untuk pemerintah setempat, harus mampu memberikan pelayanan yang baik untuk setiap rumah makan yang terdaftar pada dinas perdagangan dan tidak mempersulit setiap pebisnis demi kelancaran ekonomi setempat.

3. yang diberikan pun harus mampu membuat pembeli atau konsumen merasa puas.
4. Bagi para peneliti kedepannya yang akan mengkaji lebih dalam mengenai penelitian yang sama, diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi alternatif informasi.

DAFTAR RUJUKAN

Peraturan, Undang-Undang

UU No. 5 tahun 1999 *larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat.*

Undang-undang No. 13 Tahun 1999 *Pembentukan Daerah Kabupaten Luwu Utara.*

Dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999, *Perlindungan Konsumen.*

Jurnal

Sebrica D, Sri S dan Aprianti. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal. Diponegoro Jurnal Of Sosial And Politic 9 dalam <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/> :5.

Skripsi

Adi, A.F.R. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi.*Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.

Ita, Y. 2008. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampong Baru Unila Bandar Lampung Tahun 2017-2018.*Skripsi.*Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.Lampung.

Juliansyah, 2011. Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Melya, P. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung. *Skripsi.*Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas.Lampung.Lampung.

- Primadiawan, I.A.P. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta.
- Riyanto, A. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SSP (Secial Super Penyet). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Situmeang, L.S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN. Sumatra Utara.
- Sukmawati, R. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Yuwananto, E. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lma DiKecamatan Gunungpati. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.

