

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK. DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SFA STEAK & RESTO DI KLODRAN KARANGANYAR

Christian Hari Nugroho ¹⁾

Sunarso ²⁾

Setyaningsih Sri Utami ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾ christianhari.nugroho17@gmail.com

²⁾ sunarso66@gmail.com

³⁾ u.setya@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) the effect of price to consumer satisfaction (2) the effect of product quality to customer satisfaction (3) the effect of service quality to customer satisfaction. The object of research itself is on restaurant SFA Steak & Resto in Klodran Karanganyar, This study population are all consumers restaurant SFA Steak & Resto in Klodran Karanganyar using a sample of 70 respondents. The technique of collecting data using questionnaires through testing instrument validity and reliability. Test requirements regression using classic assumption test. The conclusion of the test results by using the t test showed that 1) Price does not significantly influence consumer satisfaction at restaurant SFA Steak & Resto in Klodran Karanganyar, this is evidenced by the t test that generates a probability value $(0,187) > 0,05$. (2) The quality of products significantly influence consumer satisfaction at restaurant SFA Steak & Resto in Klodran Karanganyar, this is evidenced by the t test generates a probability value $(0,004) < 0,05$. (3) The quality of service does not significantly influence consumer satisfaction at restaurant SFAB Steak & Resto in Klodran Karanganyar, this is evidenced by the t test generates a probability value $(0,129) > 0,05$.

Keywords: price, product quality, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasaran-nya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Usaha untuk mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah, sebab diperkirakan untuk mempertahankan satu konsumen saja biayanya lebih mahal daripada mendapatkan satu konsumen.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan kon-

sumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa. Salah satu bidang usahanya yaitu Restoran atau Rumah Makan.

Restoran atau rumah makan merupakan salah satu usaha di bidang jasa. Bisnis ini menawarkan jumlah maupun jenis makanan dan minuman serta hiburan kepada pengunjung. Kondisi ini menuntut pengusaha saling bersaing baik dengan kompetitor dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dalam hal ini variasi menu makanan dan minuman, harga, fasilitas maupun pelayanan. Menu yang bervariasi dengan harga yang terjangkau serta penyediaan fasilitas dan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi.

Citra rumah makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia. Rumah Makan menjadi tempat yang menyenangkan, di dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan dan menikmati menu atau hidangan yang tersedia dengan suasana santai dan nyaman. Restoran atau rumah makan merupakan salah satu usaha di bidang jasa. Bisnis ini menawarkan jumlah maupun jenis makanan dan minuman serta hiburan kepada pengunjung.

Persaingan yang ketat menyebabkan suatu restoran perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan restoran-restoran yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Strategi distribusi menjadi salah satu pilihan yang berkembang saat ini. Salah satu di antaranya adalah sistem *delivery service* (layanan antar). Layanan antar merupakan suatu kemudahan yang diberikan oleh pihak produsen, dalam hal ini restoran, untuk mengantar pesanan produk

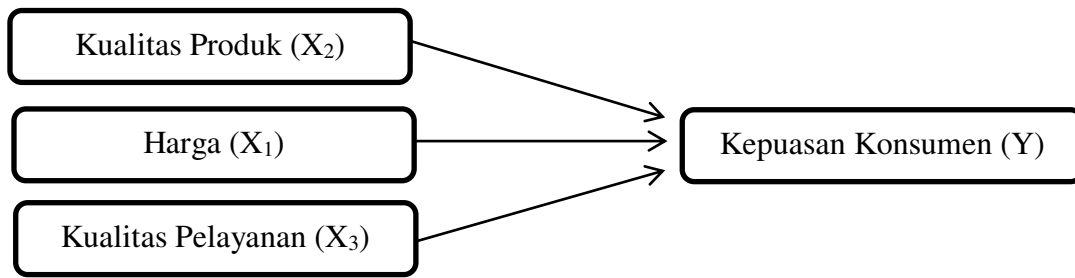
yang diinginkan ke suatu tempat yang dikehendaki konsumen.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar. SFA Group merupakan perusahaan yang bergerak di dua bidang yaitu SFA Toserba dan SFA Steak & Resto. SFA Group dimulai dengan dibukanya SFA Toserba di Karanganyar sejak 25 Oktober 2003. SFA didirikan karena melihat adanya kebutuhan masyarakat yang belum dapat terpenuhi dengan jumlah toko yang ada pada waktu tersebut, selain itu SFA toserba melihat kebutuhan masyarakat akan kebutuhan pangan, dan disediakanlah SFA Steak & Resto yang bermula tahun 2005. Perkembangan SFA Steak & Resto semakin pesat, sehingga rumah makan tersebut membuka cabang di daerah Klodran, di mana daerah tersebut penduduknya semakin banyak sehingga disediakan masakan & steak.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar 2) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar 3) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar

Kerangka pemikiran

Berdasarkan dukungan landasan teoritik dan penelitian terdahulu maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang gambar berikut:



Gambar 1: Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H₁ : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar
- H₂ : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar
- H₃ : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian survei, karena peneliti ingin mengumpulkan informasi terhadap konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah kuesioner yang akan dilakukan pada konsumen yang melakukan transaksi atau pembelian di Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar. “Data Kuantitatif merupakan data yang terukur yang biasanya dinyatakan dalam satuan-satuan tertentu”. Pras-towo (2011: 32). Penelitian ini data Kuantitatif berupa jumlah responden yang membeli produk pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar.

Sumber Data

Data primer Menurut Thomas Kinner dan James R. Taylor (1988: 166) “Data primer merupakan data yang dikumpulkan khusus untuk suatu riset tertentu yang sedang dilaksanakan.” Sumber data dalam hal ini yaitu pembeli yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan pembeli terhadap harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar.

Data sekunder menurut Thomas C. Kinner dan James R. Taylor (1988: 166) “Data Sekunder merupakan data publikasi yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan suatu riset tertentu saja.” Data sekunder lebih lanjut dapat diklasifikasikan menjadi internal dan eksternal. Sumber data internal didapat dari laporan penjualan, sedangkan sumber data eksternal berupa referensi-referensi yang didapat dari buku, internet, jurnal dan sumber-sumber lainnya yang dapat menunjang dalam penelitian ini.

Definisi Operasional dan Pengukurannya dalam penelitian ini adalah:

1. Harga

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan, 2008: 298). Adapun indikator pengukuran variabel harga adalah:

- a. Harga yang bervariasi
- b. Manfaat produk sesuai dengan biaya yang dikeluarkan
- c. Harga terjangkau oleh masyarakat

- d. Harga sesuai dengan produk yang didapat
 - e. Harga mampu bersaing dengan pesaing di sekitarnya
2. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. (Kotler & Armstrong, 2008: 272).

Adapun indikator pengukuran variabel kualitas produk adalah:

- a. Menu yang enak
 - b. Penyajiannya menarik
 - c. *Fresh*-nya makanan
 - d. Tingkat masakan
 - e. Kualitas bahan baku
3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sikap yang diberikan produsen yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono 2008: 59). Adapun indikator pengukuran variabel kualitas pelayanan adalah:

- a. Kepedulian karyawan terhadap keluhan
 - b. Pelayanan bisa diantar atau *delivery*
 - c. Menyambut dan mempersilahkan konsumen yang baru datang
 - d. Menerima komplain dari konsumen
 - e. Perhatian karyawan terhadap pelayanan
4. Kepuasan konsumen

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang disajikan dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen (Kotler dan Keller, 2009: 138).

Indikator pengukuran kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Rasa yang enak
- b. Pelayanan yang ramah
- c. Rentang waktu antara pemesanan dan penyajian
- d. Tempat yang nyaman
- e. Fasilitas yang didapat

Teknik Pengambilan Sampel dalam Penelitian ini adalah:

Populasi: populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo,

2002: 107). Penelitian ini yang disebut populasi adalah semua konsumen di Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar dengan jumlah populasi tidak terbatas.

Sampel: Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Djarwanto dan Subagyo, 2002: 108). Untuk ukuran populasi yang tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dapat digunakan rumus *Leedy* yaitu:

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

(Suharsimi Arikunto, 2006: 136)

Dari hasil tersebut sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 70 responden.

Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*, teknik pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Uji Instrumen dalam penelitian ini adalah:

Uji validitas adalah perhitungan yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner (Ghozali, 2005: 131). Uji validitas menggunakan analisis *Pearson correlation*, melalui program SPSS dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 178). Kriteria instrumen dinyatakan reliabel menggunakan kriteria yang dikemukakan oleh Ghozali (2005: 42) bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam model terdapat hubungan yang sempurna atau tidak. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut: (Singgih, 2001: 357) Apabila $VIF \geq 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas

Uji autokorelasi adalah salah satu cara untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan menggunakan uji run test, yaitu untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jadi pengujiannya adalah Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka tidak terjadi autokorelasi. Jika probabilitas $< 0,05$ maka terjadi autokorelasi (Imam Ghozali, 2005: 104).

Uji heteroskedastisitas terjadi apabila kesalahan residual dari model yang diamati memiliki varians yang konstan dari suatu observasi ke observasi yang lain Kuncoro, (2002: 96). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*, yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Uji normalitas dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual

dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan distribusi normal jika signifikansi $> 0,05$ Imam Ghozali, (2005: 106).

Uji Hipotesis

- Analisis Regresi Linear Berganda**
Analisis regresi linear berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh besarnya variabel independen terhadap variabel dependen.
- Uji t**
Digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat
- Uji F (Uji Ketepatan Model)**
Uji ini untuk mengetahui ketepatan model pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat
- Uji koefisien determinasi (R^2)**
Bertujuan untuk mengukur besarnya sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Gambaran Umum Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	29	41,43%
	Perempuan	41	58,57%
	Jumlah	70	100%
Tingkat Pendidikan	SD	-	-
	SMP	2	2,86%
	SMA/SMK	41	58,57%
	S1	27	38,57%
	Lainnya	-	-
Jumlah			
Jenis Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	19	27,14%
	PNS	24	34,29%
	Pegawai swasta	17	24,29%
	Wiraswasta	7	10,00%
	Lainnya	3	4,29%
	Jumlah	70	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas mengenai instrumen variabel harga (X_1) sebanyak 5 butir dinyatakan valid karena menunjukkan nilai probabilitas $< 0,05$, instrumen kualitas produk (X_2) sebanyak 5 butir dinyatakan valid karena menunjukkan nilai probabilitas $< 0,05$, instrumen kualitas pelayanan (X_3) sebanyak 5 butir dinyatakan valid karena menunjukkan nilai probabilitas $< 0,05$ dan instrumen kepuasan konsumen (Y) sebanyak 5 butir dinyatakan valid karena menunjukkan nilai probabilitas $< 0,05$.

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel harga (X_1) sebesar 0,749, kualitas produk (X_2) sebesar 0,753, kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,792 dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,739 dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah model regresi linear berganda dari adanya bias atau penyimpangan sehingga diperoleh model regresi yang benar-benar *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 2 berikut:

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada

pengertian ini bertujuan untuk melihat ketepatan prediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,448 + 0,129X_1 + 0,298X_2 + 0,148X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan.

$a = 8,448$ adalah konstanta, yang artinya apabila harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) sama dengan nol (0), maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat atau positif.

$b_1 = 0,129$ adalah koefisien regresi variabel harga (X_1) yaitu positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) dianggap tetap.

$b_2 = 0,298$ adalah koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) yaitu positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) dianggap tetap.

Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Multikolenaritas	<i>tolerance</i> 0,700; 0,618; 0,588 $> 0,1$ dan VIF 1,429; 1,619; 1,701 < 10	tidak terjadi multikolenaritas
Uji Autokorelasi	<i>Asymp.Sig.(2-tailed)</i> 0,229 $> 0,05$	tidak terjadi autokorelasi
Uji Heteroskedastisitas	nilai p (0,614; 0,633; 0,267) $> 0,05$	tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji Normalitas	<i>Asym. Sig. (2-tailed)</i> 0,803 $> 0,05$	residual normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tabel 3: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error
Constant	8,448	1,882
x1	0,129	0,097
x2	0,298	0,099
x3	0,148	0,096

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tabel 3: Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Constant	4,488	0,000
x1	1,335	0,187
x2	3,008	0,004
x3	1,538	0,129

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$b_3 = 0,148$ adalah koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_3) yaitu positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) dianggap tetap.

2. Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel secara parsial.

Dari tabel 3 di atas maka, dapat ditarik kesimpulan:

a. Harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Nilai t hitung 1,335 dan *p-value* 0,187 > 0,05 maka H_0 diterima, berarti harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis 1 dalam penelitian ini menyatakan bahwa “harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya.

b. Kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Nilai t hitung 3,008 dan *p-value* 0,004 < 0,05 maka H_0 ditolak, berarti kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis 2 dalam penelitian ini menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” terbukti kebenarannya.

c. Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Nilai t hitung 1,538 dan *p-value* 0,129 > 0,05 maka H_0 diterima, berarti kualitas

pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis 3 dalam penelitian ini menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya.

3. Uji F

Dari hasil uji F dapat diperoleh besarnya nilai F hitung sebesar 13.049 dengan nilai probabilitas (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) sudah tepat.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil uji R^2 menunjukkan bahwa angka *Adjust R Square* sebesar 0,344 yang artinya besarnya sumbangan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 34,4%, sedangkan sisanya 65,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas (0,187 > 0,05) maka H_0 diterima, dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” tidak

terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas $(0,004) < 0,05$ maka H_0 ditolak, dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” terbukti kebenarannya. Berda-

sarkan hasil uji hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar, dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai probabilitas $(0,129 > 0,05)$ maka H_0 diterima, dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Lima. Rineka Cipta. Jakarta.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2002. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Dengan Program Spss*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Hasan, A. 2008. *Marketing*. MedPress (Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Kinner, Thomas C dan Taylor. James R. 1988. *Riset Pemasaran*. Edisi Ketiga Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2002, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Prastowo. Andi. 2011. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Diva Press. Yogyakarta.
- Singgih Santoso. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo Gramedia. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.