



Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA RESTO DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus di SUSHI TEI Surabaya)

Niawati¹⁾, Hesti Pandu Widodo²⁾, Achmad Daengs GS³⁾
^{1),2),3)}Universitas 45 Surabaya

email : ¹⁾niawati468@gmail.com, ³⁾adaengsgs@univ45sby.ac.id

ABSTRACT

A very important role for a trading or service company is marketing. An attractive marketing strategy is to be able to maintain advantages, improve the quality of products and services as well as prices that are appropriate in the eyes of customers. In order to maintain the business cycle, service companies must pay attention to the quality of service and the atmosphere of the restaurant so that customers feel comfortable. The type of research used is descriptive research. This research was conducted on 100 respondents of Sushi Tei Ciputra World Surabaya customers. The sampling technique used in this study is the incidental technique. The data analysis techniques used are (1) validity and reliability test of the questionnaire items, (2) multiple linear regression test. Then the regression model is tested for the hypothesis that is simultaneously (F test), partially (t test) and the dominant variable. This study aims to explain the causal relationship between service quality factors, restaurant atmosphere factors and price factors on customer satisfaction through hypothesis testing. Based on hypothesis testing, it was obtained that simultaneously the service quality factor, restaurant atmosphere factor and price factor had an influence on customer satisfaction of 14.394. And when viewed from the Adjusted R Square that is equal to 28.9%, while based on the t test (partially) the component of the service quality variable that dominantly affects customer satisfaction is 0.450.

Keywords: Service Quality, Restaurant Atmosphere, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era milenial saat ini di setiap perusahaan dituntut untuk harus dapat bersaing secara sehat dengan produk atau jasa yang dimilikinya. Setiap pelanggan memiliki hak dalam berbagai pilihan terutama dibidang jasa. Menurut Lupiyoadi (2013:120) berpendapat bahwa bisnis jasa ada untuk menyediakan konsumen dengan pengalaman baru dan mengesankan. Ini adalah masalah bagi bisnis jasa. Pelanggan dalam bisnis jasa mengevaluasi berbagai faktor, termasuk lingkungan. Karena persaingan yang ketat, terutama untuk produk layanan, bisnis harus menemukan cara untuk meningkatkan nilai suatu produk sekaligus meningkatkan harapan pelanggan.

Manajemen Pemasaran

Sebagai gabungan seni dan sains, manajemen pemasaran melibatkan penetapan pasar sasaran dan kemudian menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan basis klien dengan memberikan nilai yang lebih besar dan mengomunikasikan nilai itu kepada mereka (Kotler & Keller, 2009:5).

Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas layanan didefinisikan oleh Wijaya (dalam Runtunuwu et al., 2014: 1805) sebagai sejauh mana tingkat layanan sesuai dengan harapan konsumen, menurut penulis. Kebutuhan dan

Received Januari 13, 2022; Revised Feruari 22, 2022; Maret 02, 2022

harapan pelanggan terpenuhi ketika layanan perusahaan memenuhi kriteria Tjiptono (dalam Harianto dan Subagio, 2013: 2) untuk mendefinisikan kualitas layanan.

Suasana Restoran

Dalam kata-kata Utami (2006:238), atmosfer adalah proses menciptakan lingkungan yang memunculkan respons emosional dari pelanggan dan mengubah persepsi mereka untuk memengaruhi pilihan lokasi mereka

Harga

Dalam pengertian yang lebih luas, penetapan harga didefinisikan sebagai jumlah dari semua nilai yang ditawarkan oleh pelanggan sebagai imbalan atas manfaat memiliki atau memanfaatkan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008: 345).

Kepuasan Pelanggan

Sebagai perbandingan, menurut Kotler & Keller (2009:138-139) Ketika kinerja (atau hasil) yang dirasakan perusahaan dibandingkan dengan apa yang diharapkan pelanggan, hasilnya adalah apa yang dikenal sebagai kepuasan pelanggan.

Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a source to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

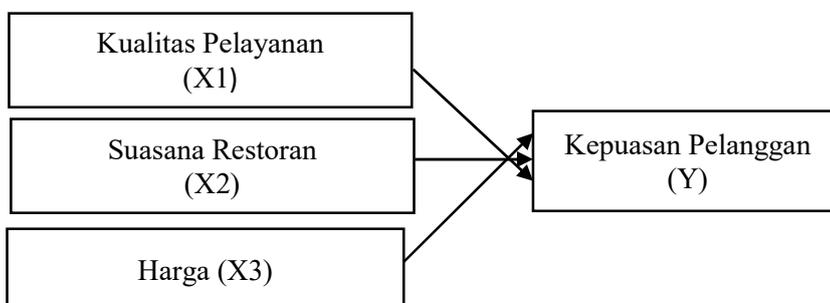
To find out the results of the data, the technique of data analysis is also used to test the hypotheses put forward by the researchers, because the analysis of the data collected to determine the effect of the independent variables on the related variables is used multiple linear statistical test. (Enny Istanti, et al, 2020:113).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

METODE PENELITIAN



Dalam proposal penelitian ini, penulis menyajikan kerangka konseptual berdasarkan penilaian literatur tentang pengaruh kualitas layanan, suasana restoran, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis Data

Mengikuti strategi penelitian yang dijelaskan di atas, data yang dikumpulkan akan dikategorikan sesuai dengan jenisnya sebelum disajikan dalam tabel dan dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

P = Presentase
 F = Frekuensi
 N = Populasi

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Teknik ini menggunakan satu variabel terikat untuk menghubungkan sejumlah besar variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan, suasana restoran, dan harga merupakan variabel bebas.

Berikut ini adalah fungsi atau persamaan yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dalam model keputusan pembelian:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pelayanan
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi
- X₁ = Kualitas Pelayanan
- X₂ = Suasana Resto
- X₃ = Harga
- e = Variabel pengganggu diluar variabel bebas.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.432	2.966		1.157	.250
	X1	.450	.108	.359	4.169	.000
	X2	.334	.112	.254	2.975	.004
	X3	.410	.092	.386	4.459	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis yang diperoleh nilai persamaan regresi yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,432 + 0,450 X_1 + 0,334 X_2 + 0,410 X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis

Uji – f (Uji Simultan)

Dengan menggunakan uji f, Anda dapat menentukan ada atau tidaknya hubungan antara variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel bebas (X₁), (X₂), dan (X₃) yaitu kualitas Pelayanan, suasana resto, dan harga.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.905	3	33.302	14.394	.000 ^b
	Residual	222.095	96	2.313		
	Total	322.000	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa F-hitung nilainya sebesar 14,394 pada Sig. (P) = 0,000, menggunakan tingkat signifikan (α) = 5% dengan derajat kebebasan (df) jumlah variabel bebas 3 atau $100 - 3 = 97$ sehingga F-tabel nilainya 2,70 atau F-hitung > F-tabel ($14,394 > 2,70$). Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, suasana resto dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sushi Tei Ciputra World Surabaya.

Jadi hipotesis yang diajukan bahwa variabel kualitas pelayanan, suasana resto dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sushi Tei Ciputra World Surabaya terbukti, karena didukung oleh data.

Uji t (Uji Parsial)

Pelanggan di Sushi Tei Ciputra World Surabaya di Indonesia diminta untuk menilai kebahagiaan mereka dengan kualitas pelayanan, suasana, dan harga di restoran. Untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan secara statistik.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.432	2.966		1.157	.250
	X1	.450	.108	.359	4.169	.000
	X2	.334	.112	.254	2.975	.004
	X3	.410	.092	.386	4.459	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji-t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y), dengan t-hitung > t-tabel ($4,169 > 1,9850$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, variabel X1 berpengaruh terhadap Y, atau Ho ditolak dan Ha diterima. Kepuasan Pelanggan (X1) merupakan variabel terikat yang berpengaruh sebesar 45% terhadap variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1).
2. Dengan t hitung > t tabel ($2.975 > 1.9850$) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka variabel suasana restoran (X2) berpengaruh positif cukup besar terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, variabel X2 berpengaruh terhadap Y, atau Ho ditolak dan Ha diterima. Suasana Restoran (X2) berpengaruh sebesar 33,4% terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Dengan t-hitung > t-tabel ($4,459 > 1,9850$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka variabel harga (X3) berpengaruh positif cukup besar terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, variabel X3 berpengaruh terhadap Y, atau Ho ditolak dan Ha diterima. Harga (X3) berpengaruh sebesar 41% terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Sebagaimana dibuktikan oleh penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang paling penting memiliki dampak pada hasil Kepuasan Pelanggan di Sushi Tei Ciputra World Surabaya adalah variabel Kualitas Pelayanan.

Pembahasan berdasarkan Analisis dan Uji Hipotesis

Hasil analisis data menunjukkan bahwa data yang diperoleh akurat dan reliabel, sehingga model dapat dilanjutkan ke analisis regresi linier berganda. Nilai persamaan regresi dihitung dari data, dan adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,432 + 0,450 X1 + 0,334 X2 + 0,410 X3 + e$$

Berikut ini adalah deskripsi bagaimana temuan penelitian dapat dijelaskan:

Nilai F hitung sebesar 14.394 dan lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi 0,000, sesuai dengan hasil perhitungan uji F yang dilakukan dengan program SPSS 26. Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha 0,05, maka H_0 ditolak H_a diterima. Tingkat kepuasan pelanggan (Y) sangat dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan (X1), suasana restoran (X2), dan harga (X3). Adapun pengaruhnya yaitu sebesar 45%.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t diperoleh hasil yaitu:

- 1) Karena nilai t-hitung untuk variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), melebihi t-tabel (4,169 > 1,9850) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat hubungan positif yang substansial antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y), dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) memberikan pengaruh sebesar 45% terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, variabel kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai dasar dugaan kepuasan pelanggan di Sushi Tei Ciputra World Surabaya, menurut temuan penelitian ini. Dengan kata lain, bukti mendukung anggapan bahwa kepuasan pelanggan di Sushi Tei Ciputra World Surabaya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.
- 2) Karena nilai t-hitung untuk variabel independen Suasana Restoran (X2) melebihi t-tabel (2,975 > 1,9850) dan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05, maka terdapat hubungan positif yang substansial antara variabel Suasana Resto (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga variabel X2 mempengaruhi Y, atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Suasana Restoran (X2) dengan faktor sebesar 33,4%. Variabel Suasana Restoran Sushi Tei Ciputra World Surabaya dapat digunakan sebagai dasar untuk kepuasan klien, seperti yang ditunjukkan pada grafik di bawah ini. Hasilnya, statistik mendukung anggapan bahwa pelanggan Sushi Tei Ciputra World Surabaya sangat puas karena suasana restoran.
- 3) Karena nilai t-hitung yang besar (4,459 > 1,9850) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 untuk variabel independen Harga (X3), maka variabel Harga (X3) berpengaruh positif cukup besar terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan kata lain, H_0 ditolak dan H_a diterima karena pengaruh variabel (X3) terhadap (Y). Variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel independen Harga (X3) sebesar 41%. Hal ini menunjukkan bahwa Sushi Tei Ciputra World Surabaya dapat menggunakan variabel harga sebagai dasar untuk kepuasan pelanggan. Hasilnya, data mendukung premis bahwa pelanggan Sushi Tei Ciputra World Surabaya sangat puas karena harga.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling signifikan memiliki pengaruh terhadap hasil Kepuasan Pelanggan Sushi Tei Ciputra World Surabaya adalah variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,450 yang kedua variabel Harga (X3) sebesar 0,410 dan yang terakhir variabel Suasana Resto (X2) sebesar 0,334.

Kesimpulan

Penelitian yang penulis lakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden Sushi Tei Ciputra World Surabaya berusia 21 – 25 tahun sebesar 39%, dengan pekerjaan pegawai swasta sebesar 35% serta mendominasi jenis kelamin perempuan sebesar 48% dengan insentitas datang lebih dari 2 kali dalam sebulan sebesar 75% serta uang saku >Rp.5.000.000 sebesar 43%. Dalam hal ini dikarenakan harga makanan dan minuman di Sushi Tei Ciputra World tidak murah sehingga kebanyakan konsumen Sushi Tei Surabaya adalah kalangan pengusaha dan pegawai swasta.
2. Unsur-unsur kualitas pelayanan, suasana restoran, dan harga semuanya memiliki dampak yang cukup besar terhadap kepuasan Pelanggan (Y) Sushi Tei Ciputra World Surabaya. Diketahui bahwa F_{hitung} nilainya sebesar 14,394 pada Sig. (P) = 0,000, dengan ambang batas signifikansi ditetapkan sebesar 5%, dan derajat kebebasan (df) jumlah variabel 3 atau $100-3 = 97$ sehingga F_{tabel} nilainya 2,70 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ (14,394 > 2,70).
3. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial hasil hitunganya adalah bahwa :
 - a. Dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,169 > 1,9850$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Ada korelasi 45% antara kepuasan pelanggan (Y) variabel dependen, dan variabel independen kualitas layanan (X1).
 - c. Karena t_{hitung} melebihi t_{tabel} ($2,975 > 1,9850$) dan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Ada hubungan yang signifikan secara statistik antara atmosfer restoran (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Sehingga variabel (X2) mempengaruhi (Y), atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Suasana Restoran (X2) dengan faktor sebesar 33,4%.
 - d. Variabel harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh positif yang cukup besar satu sama lain, yang ditunjukkan oleh t_{hitung} ($4,459 > 1,9850$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan kata lain, H_0 ditolak dan H_a diterima karena pengaruh variabel (X3) terhadap (Y). Variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel independen Harga (X3) sebesar 41%.
4. Komponen kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Sushi Tei Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. Manajemen Pemasaran : *Analisis Untu Perancangan Strateegi Pemasaran*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Process Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi*, 9, 1418–1425.
- Istanti, Enny, et al. 2020. Impact Of Price, Promotion and Go Food Consumer Satisfaction In Faculty Of Economic And Business Students Of Bhayangkara University Surabaya, *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo Vol.IV No. 2*, Hal. 104-120.
- Istanti, Enny, et al.2021. The Effect of Job Stress and Financial Compensation Toward OCB And Employee Performance. *Jurnal Media Mahardika Vol. 19 No. 3*,Hal. 560-569.
- Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo Vol. IV No. 1*, Hal. 1-10.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Edisi ke 12. Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen pemasaran Jasa*. Jakarta: Selemba Empat.
- Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses. Jurnal SINERGI UNITOMO, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2016 . *Service, Quality & Satisfactio* . Edisi 3 . Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy . 2011. *Pemasaran Jasa*. Jatim : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy .2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3: Andi Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W, Cristina. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Jakarta: Salembaa Empat.
- Utami, Whidya. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Malang: Bayumedia Publishing.
- Wijadja, T. Bernard. 2009. *Lifestyle marketing*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.