



**PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN
GUMARANG PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

**Rahma Yanti
1730404070**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2021 M / 1442 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **RAHMA YANTI**, Nim : **1730404070**, dengan judul "**PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN GUMARANG PADANG PANJANG**", memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 26 Mai 2021

Ketua Jurusan

Pembimbing

Manajemen Bisnis Syariah




MIRAWATI. MA., EK
NIP. 198601012015032004

KHAIRUL MARLIN, SE., M. Kom., MM
NIP. -

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Batusangkar






DR. H. Rizal, M. Ag., CRP

NIP. 19731007 200212 1 001

Pengesahan Tim Penguji Skripsi

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Gumarang Padang Panjang**" NIM 1730404070 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Pada hari senin tanggal 07 Juni 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) program Strata Satu (S. 1) dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Khairul Marlin, SE., M.Kom., MM -	Asisten Ahli		23-06-2021
2	Mirawati, MA. Ek 198601012015032004	Lektor		22-06-2021
3	Nita Fitria, SE.I., MA -	Asisten Ahli		21-06-2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri

(IAIN) Batusangkar




Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP@

NIP. 197310072002121001

Surat Pernyataan Keaslian

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahma Yanti
NIM : 1730404070
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar/14 Januari 1998
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN GUMARANG PADANG PANJANG** “, adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 28 Juni 2021

Saya yang menyatakan.



Rahma vanti

NIM. 1730404070

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan berupa iman, islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita semua termasuk orang-orang yang di berkahi oleh Allah SWT. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada rasul Nabi Muhammad SAW yang membawa ajaran Islam bagi umat manusia dan seluruh penghuni alam ini.

Untuk melengkapi tugas perkuliahan dan untuk memenuhi syarat-syarat guna mendapatka gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam jurusan Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN GUMARANG PADANG PANJANG.**

Kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang tulus terutama kepada Ayahanda tercinta Zainun dan Ibunda tercinta Almh.Yatismar yang selalu memberikan curahan kasih sayang, perhatian, pengorbanan dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab selanjutnya kepada saudaraku tercinta kakakku Dewi Ratna Sari dan adekku tercinta Reval Akbar dan Ilhamdi Adha yang selalu memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini agar dapat lulus dan menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Untuk itu melalui kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

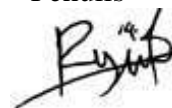
1. Bapak Dr. Marjoni Imamora, M.Sc. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
2. Bapak Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar Dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan di proposal skripsi sebelumnya.

3. Ibuk Mirawati, MA., Ek. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan Dosen Penguji yang telah memberikan masukan, dorongan dan fasilitas belajar pada penulis selama dalam melakukan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Khairul Marlin, M.Kom., MM. Selaku pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan, arahan dan saran-saran yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis selama ini, semoga amal kebaikan bapak dibalas oleh Allah SWT.
5. Bapak dan Ibuk Dosen, Karyawan dan Karyawati Institut Agama Islam Negeri Batusangkar yang telah memberikan ilmu dan nasehat selama di bangku perkuliahan.
6. Bapak Sudirman selaku Pimpinan di Restoran Gumarang Padang Panjang serta karyawan dan karyawati Restoran Gumarang Padang Panjang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Restoran Gumarang Padang Panjang.
7. kepada seluruh teman jurusan Manajemen Bisnis Syariah B dan terkhusus teman seperjuangan dari semester satu sampai sekarang yang selalu memberi doa, motivasi dan semangat Meri Anggraini, Nursamsina dan Marda Elfisra hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Akhirnya penulis panjatkan doa agar seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga atas bantuan dan amal baiknya dapat imbalan dan pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun penulis berikutnya. Dan juga pembaca dimasa yang akan datang, penulis ucapkan terima kasih

Batusangkar, 28 Juni 2021

Penulis



RAHMA YANTI
NIM: 1730404070

ABSTRAK

RAHMA YANTI, NIM 1730404070, Judul Skripsi PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN GUMARANG PADANG PANJANG. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar 2021.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu tentang pelayanan yang diberikan oleh Restoran Gumarang Padang Panjang masih sering lambat dalam menanggapi respon permintaan konsumen sehingga adanya keluhan konsumen. Fasilitas belum ada pembaharuan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga yang diberikan masih tinggi menurut konsumen sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini Kuesioner, dengan mendapatkan data-data dari konsumen yang berisi tentang pernyataan dari variabel kepuasan konsumen, pelayanan, fasilitas dan harga. Sampel adalah konsumen yang sedang melakukan pembelian di Restoran Gumarang Padang Panjang dengan jumlah 96 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, hipotesis 1 dimana H_01 ditolak dan H_1 diterima, artinya pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Sedangkan hipotesis 2 dimana H_02 ditolak dan H_2 diterima, artinya secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Hipotesis 3 dimana H_03 diterima dan H_3 ditolak, artinya secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Hipotesis 4 dimana H_04 ditolak dan H_4 diterima artinya pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Kata Kunci : *pelayanan, fasilitas, harga, kepuasan konsumen*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat dan Luaran Penelitian	7
G. Definisi Operasional	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kepuasan Konsumen.....	10
2. Pelayanan	16
3. Fasilitas.....	17
4. Harga	18
5. Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	22
6. Hubungan Fasilitas Dengan Kepuasan Konsumen	23
7. Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen.....	23
B. Kajian Penelitian Yang Relevan	24
C. Kerangka Berfikir	27
D. Hipotesis Penelitian	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi Dan Sampel	30
D. Instrumen Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Sejarah Perusahaan	39
1. Gambaran Umum	39
2. Visi dan Misi	40
B. Analisis Deskriptif Responden	40
1. Deskriptif Karakteristik Responden	41
2. Deskriptif variabel penelitian	43
C. Analisis Data.....	47
1. Uji validitas data.....	47
2. Uji Reabilitas.....	49
3. Uji Asumsi Klasik	51
D. Hasil Dan Pembahasan	57
1. Analisis regresi linear berganda	57
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Implikasi	66
C. Saran	66

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Restoran Gumarang Tahun 2020.....	4
Tabel 3. 1 Tabel Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Rekapitulasi Pengunjung.....	30
Tabel 3. 3 Skor Penelitian Berdasarkan skala Likert	32
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Jumlah Karyawan Restoran Gumarang Padang Panjang	40
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Deskriptif Kepuasan Konsumen	43
Tabel 4. 6 Deskriptif Pelayanan	44
Tabel 4. 7 Deskriptif Fasilitas	45
Tabel 4. 8 Deskriptif Harga.....	46
Tabel 4. 9 Hasil Validitas Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Validitas Pelayanan	48
Tabel 4. 11 Hasil Validitas Fasilitas	49
Tabel 4. 12 Hasil Validitas Harga	49
Tabel 4. 13 Hasil Reabilitas Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4. 14 Hasil Reabilitas Pelayanan.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Reabilitas Fasilitas	51
Tabel 4. 16 Hasil Reabilitas Harga	51
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linearitas Pelayanan.....	54
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas Fasilitas.....	54
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linearitas harga	55
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikonearitas.....	55
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 23 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 24 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir sebagai berikut	27
Gambar 4. 1 Grafik Deskripsi Kepuasan Konsumen	43
Gambar 4. 2 Grafik Deskriptif Pelayanan	45
Gambar 4. 3 Grafik Deskriptif Fasilitas	46
Gambar 4. 4 Grafik Deskriptif Harga	47
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi seperti sekarang ini perkembangan usaha semakin pesat sehingga para produsen di dalam mengelola usahanya diharapkan mampu menggunakan sumber daya manusia dengan baik. Sumber daya manusia merupakan bagian yang penting dalam pencapaian tujuan dari suatu usaha besar maupun kecil. Seperti dengan semakin maraknya bisnis kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah restoran yang menyajikan kuliner dengan konsep yang unik dan menarik maka terjadi pula suatu persaingan antar restoran. Salah satunya adalah jasa atau pelayanan yang semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Wijaya, 2011 : 150).

Perusahaan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen harus tanggap dalam berbagai keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Hidayah, 2019 : 2). Saat ini banyak pebisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan berasal dari bahasa "*satis*" yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan akan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan (Priansa, 2017:197).

Kepuasan pelanggan dan pelayanan saling berintegrasi satu sama lain. Dalam dunia bisnis harus memiliki konsumen yang loyal caranya dengan memberikan pelayanan yang baik dan menarik agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen sehingga dapat terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen itu kita dapat mengetahui keluhan yang dirasakan oleh konsumen apakah keluhan tersebut baik atau buruk terhadap pelayanan yang

diberikan. Dalam menciptakan kepuasan pelanggan hal penting yang harus diperhatikan oleh produsen adalah tentu fasilitas yang berguna sebagai salah satu penunjang dari terciptanya kepuasan pelanggan tersebut. Fasilitas itu sendiri adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas yang diberikan, misalnya saja kelayakan tempat duduk, tempat parkir yang memadai, dekorasi ruangan yang dapat membuat nyaman konsumen, kelayakan toilet sehingga konsumen dapat menjangkau tujuan dengan mudah (Tjiptono, 2001 : 184).

Pemberian fasilitas yang nyaman bagi konsumen juga berpengaruh kepada harga sebab bila suatu restoran memberikan suatu fasilitas yang canggih dan mewah tentu harga yang diberikan terhadap makanan sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh suatu restoran. Harga sangat berperan penting dalam kepuasan konsumen guna untuk penggerak utama dalam kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan, dengan alasan untuk mendapatkan keuntungan maupun untuk mempertahankan bisnis dengan cara meningkatkan kinerja dari karyawan secara teratur dan maksimal. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Harga yaitu sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari produk dan pelayanannya (Amanah, 2010:72). Oleh sebab itu harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan, sedangkan unsur yang lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Sehingga harga sangat menentukan suatu kepuasan konsumen, apabila harga yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen seperti pemberian kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik tentu konsumen merasa puas dan tidak merasakan kekecewaan atas pembelian makanan di restoran tersebut.

Orang memiliki cara yang berbeda untuk pemenuhan kepuasan dalam menikmati suatu makanan. Seseorang cenderung memilih restoran yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah

serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih restoran yang biasa tetapi cukup lezat dan sesuai dengan selera.

Restoran Gumarang Padang Panjang merupakan salah satu restoran yang berada di kota Madya Padang Panjang yang terletak di jalan M.Syafei pasar Padang Panjang, restoran ini sudah berdiri sejak tahun 1970. Restoran Gumarang Padang Panjang merupakan salah satu restoran yang menjadi tujuan wisatawan dan warga lokal untuk kuliner di Kota Madya Padang Panjang dan menu makanan yang ada di Restoran Gumarang Padang Panjang ini banyak yang unik dan tradisional khas minang. Sebut saja ampiang dadiah yang jadi menu favorit di Restoran Gumarang Padang Panjang. Dalam melayani pelanggan yang silih berganti sejak pagi hingga malam Restoran Gumarang Padang Panjang buka mulai pukul 06.00- 22.30, menu yang ditawarkan harganya sekitar Rp.20.000/porsi.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada konsumen saat penulis berada di Restoran Gumarang masih terdapat keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pada konsumen itu tidak sesuai dengan keinginan konsumen, contohnya saja terhadap respon pelayanan saat konsumen memesan suatu makanan, konsumen menunggu atau membutuhkan waktu yang agak lama sehingga membuat konsumen merasa tidak nyaman. Fasilitas yang ada pada restoran belum ada perubahan karena pada fasilitas di restoran dari dulu tidak ada pembaharuan sehingga sering kali membuat konsumen merasa bosan bila makan dan minum di restoran tersebut. Dari sisi harga yang diberikan terhadap makanan dan minuman masih relatif lebih tinggi dan belum sebanding dengan rasa makanan yang ditawarkan. (Fitri, wawancara penelitian, tanggal 25 September 2020).

Tabel 1. 1
Jumlah Pengunjung Restoran Gumarang Padang Panjang
Tahun 2020

No	Triwulan	Total Jumlah Pengunjung (Orang)
1	I	2.500
2	II	1.650
3	III	2. 525
4	IV	3. 250

(Sumber :Pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang (Pak Sudirman)

Berdasarkan tabel diatas, Restoran Gumarang Padang Panjang sampai saat ini masih diminati oleh berbagai kalangan konsumen. Walaupun pada tabel diatas yang merujuk pada triwulan ke II Restoran Gumarang Padang Panjang mengalami penurunan pengunjung tetapi pada triwulan berikutnya restoran ini kembali ramai dikunjungi oleh konsumen. Restoran Gumarang Padang Panjang sendiri juga memiliki pesaing yang mana di depan Restoran Gumarang ada restoran yang bernama Restoran Kubang dan disebelah kanannya ada Rumah Makan Gumarang Padang Panjang. Seperti restoran lainnya Restoran Gumarang Padang Panjang dengan Restoran Kubang sama-sama restoran yang bergerak di bidang kuliner yang bertujuan untuk selalu menciptakan kepuasan konsumen atas makanan dan minuman yang mereka tawarkan. Restoran Gumarang Padang Panjang memiliki perbedaan dari restoran yang ada disekitarnya yang mana restoran lain lebih terfokus pada makanan yang moderen atau kekinian tetapi Restoran Gumarang Padang Panjang Masih tetap menjaga dan mempertahankan menu dan cita rasa makanan dan minuman khas minang kabau hal tersebut yang membuat Restoran Gumarang Padang Panjang sampai saat ini masih diminati oleh berbagai kalangan konsumen.

Berdasarkan wawancara yang yang penulis lakukan kepada 10 pengunjung di restoran gumarang padang panjang mengenai pelayanan, fasilitas dan harga. Dalam segi pelayanan 4 orang konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan terkadang lambat seperti makanan dan minuman yang dipesan terkadang cukup lama menunggu, 3 orang konsumen mengatakan pelayanan Restoran

Gumarang Padang Panjang baik dan 3 konsumen lainnya mengatakan biasa saja. Segi fasilitas 7 konsumen mengeluhkan tempat parkir yang tidak memadai sehingga konsumen sering bingung harus memarkirkan kendaraan jika hendak makan di Restoran Gumarang Padang Panjang, dan 3 konsumen lainnya mengatakan biasa saja dari segi fasilitas. Kalau dari segi harga 6 orang konsumen mengatakan bahwa harga makanan dari Restoran Gumarang Padang Panjang mahal dan tidak sebanding dengan rasa makanannya, 4 konsumen mengatakan harga yang diberikan dengan kepuasan yang di timbulkan biasa saja (Wawancara konsumen, 09 Januari 2021).

Memberikan pelayanan, fasilitas dan harga yang baik dan diinginkan oleh konsumen merupakan hal terpenting dalam suatu usaha kuliner yang mana dengan memberikan pelayanan, fasilitas dan harga yang baik tentu dapat membuat konsumen merasa puas atas apa yang mereka dapatkan di restoran tersebut dari kepuasan tersebut maka menimbulkan loyalitas konsumen terhadap restoran tersebut. dari Restoran Gumarang sendiri walaupun ramai dikunjungi oleh konsumen dari berbagai kalangan baik untuk makan maupun minum tetapi masih ada sebagian konsumen yang merasa bahwa pelayanan yang diberikan kurang baik karena terkadang harus lama menunggu pesanan, fasilitas yang kurang seperti tempat parkir yang tidak memadai dan harga yang terkadang tidak sesuai dengan rasa makanan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pelayanan, fasilitas dan harga pada tingkat kepuasan dan menuangkan dalam skripsi ini dengan memberikan judul ***Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Gumarang Padang Panjang.***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan tema yang penulis angkat, identifikasi masalah yang penulis temukan adalah:

1. Pelayanan yang diberikan masih sering lambat dalam menanggapi respon permintaan konsumen sehingga tidak puas.

2. Fasilitas belum ada pembaharuan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Harga yang diberikan masih tinggi menurut konsumen sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, maka batasan masalah yang diambil yaitu :

1. Pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.
2. Pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.
3. Pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.
4. Pengaruh pelayanan, fasilitas, harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan diatas, maka penulis dapat merumuskan berbagai permasalahan yang muncul dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana besar pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Restoran gumarang Padang Panjang ?
2. Bagaimana besar pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan konsumen di Restoran gumarang Padang Panjang ?
3. Bagaimana besar pengaruh tingkat harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang ?
4. Bagaimana besar pengaruh pelayanan, fasilitas, harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran gumarang Padangpanjang.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di restoran gumarang Padangpanjang.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di restoran gumarang Padang Panjang.
4. Untuk mengetahui besar pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Selain tujuan yang hendak dicapai tersebut, penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk :

a. Manfaat bagi penulis

Manfaat ini bagi penulis adalah untuk menambah ilmu pengetahuan secara teoritis dan praktis dalam bidang manajemen mengenai pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

b. Bagi Akademik/Kampus

Bagi Akademik penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan penelitian selanjutnya.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan bermanfaat untuk pengusaha restoran supaya dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Luarasn Penelitian

Adapun luaran penelitian yang di harapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal dan bisa menambah referensi di perpustakaan IAIN Batusangkar.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan konsep bagi langkah pelaksanaan penelitian dimana penelitian ini menekankan kepada variabel pelayanan, fasilitas dan harga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya dengan menciptakan kepuasan konsumen setiap restoran harus mampu menciptakan dan mengelola restoran untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan juga harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan konsumen. Husein (2003 : 15) di dalam jurnal (Harjati, 2015 : 68), ada empat konsep dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut : kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang dan kesediaan untuk merekomendasikan.

Pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Pelayanan juga sangat tergantung dari kemampuan pelayan restoran dalam memberikan pelayanan. Dalam memberikan pelayanan konsumen akan merasa puas jika pelayan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Danang (2012 : 238), indikator yang dapat digunakan dalam pelayanan adalah desain, keandalan, daya tangkap, kepercayaan dan personalisasi.

Fasilitas adalah segala perlengkapan restoran dengan pendukungnya seperti fasilitas tambahan yaitu fasilitas hiburan, dan lain-lainnya. Dalam memberikan fasilitas sebuah restoran tentu harus memperhatikan kondisi dari perlengkapan tersebut apakah perlengkapan yang digunakan masih layak

untuk digunakan oleh konsumen atau tidak. Menurut Agus Sulastiyono (2006 : 11) di dalam jurnal Yineu Nur Layaalin (2017 : 32), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur fasilitas yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior eksterior dan kebersihan fasilitas

Harga adalah sejumlah nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen atas manfaat dari menggunakan produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen. menurut Stanton (1998 : 308) di dalam jurnal (Rasyid, 2018 : 41), menjelaskan ada empat hal yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Jadi pelayanan, fasilitas dan harga adalah suatu hal yang penting untuk terciptannya kepuasan konsumen dengan cara restoran harus memperhatikan pelayanan, fasilitas dan harga yang baik untuk konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa dan agar konsumen menjadi pelanggan tetap pada Restoran Gumarang Padang Panjang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Konsumen

Menurut Pasolong (2010:221) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan dengan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Husein Umar (Harjati, 2015:68) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/pelayanan yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Priansa, 2017:196).

Menurut Priansa (2017:201) menyatakan pengukuran kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan elemen kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

a. Pengukuran kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

1) Sistem keluhan dan saran

Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, kritik oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *costumer hot line*. Agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2) *Survey* kepuasan konsumen

Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau bisa juga perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.

3) Pembeli bayangan

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu untuk pergi ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani.

4) Analisis konsumen yang beralih

Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain. Dengan informasi yang diperoleh maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap penyedia jasa ataupun terhadap organisasi yaitu sebagai berikut (Priansa 2017:209):

- 1) Elemen emosional, perasaan dan emosi yang dikomunikasikan pada intinya perasaan apa yang kita timbulkan dalam diri mereka.
- 2) Interaksi dan organisasi, tingkat pelayanan pribadi, perhatian, kecepatan pelayanan, kualitas umum dari kontak, bagaimana orang diperlakukan dan dilayani.
- 3) Performa teknis, mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa.
- 4) Proses-proses dan dukungan, sistem penghantaran, rekening, penetapan harga, jaminan, jadwal penanganan keluhan dan keistimewaan lain yang meningkatkan dan mendukung produk atau jasa inti.
- 5) Inti, produk atau jasa inti, inti dari yang kita tawarkan.

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

a. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

c. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

e. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam upaya memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang

berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

g. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

1. Faktor yang harus diperhatikan perusahaan

Menurut Lupiyoadi (dalam Almanca, 2018:30) Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2. Elemen kepuasan konsumen

Lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut (Priansa, 2017:210):

a. Harapan (*expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat

proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b. Kinerja (*performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. Perbandingan (*comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

e. Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk.

Faktor utama penentu kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap kualitas jasa. Persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Persepsi konsumen dapat berbeda-beda karena setiap konsumen dapat mempersepsikan setelah mereka merasakan atau mendapatkan jasa kualitas layanan (Andriani, 2018:3). Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga dan oleh faktor situasi

dan faktor pribadi dari pelanggan. Kualitas pelayanan (jasa) merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari pelayanan (jasa), yaitu:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi (Almana, 2018:21).

Ada enam konsep yang umum dipakai dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Harjati, 2015:68):

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan (persepsi). Caranya dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas pelayanan yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas pelayanan yang mereka terima dari pesaing. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kinerja barang/jasa yang dirasakan setelah membeli dan mengonsumsi atau menggunakan barang atau jasa.
2. Dimensi kepuasan pelanggan
Prosesnya melalui empat langkah yaitu: pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai pelayanan perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai pelayanan

pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan ditentukan oleh persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi.

3. Konfirmasi harapan

Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang dijual perusahaan. Dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai hasil dari penilaian (persepsi) konsumen bahwa produk harga atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Tingkat kenikmatan yang dimaksud disini adalah kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang diharapkannya.

4. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas pelayanan yang sama yang dia konsumsi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi pelayanan yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti pelayanan pendidikan tinggi.

6. Ketidakpuasan pelanggan

Dapat dikaji misalnya dalam hal complain.

2. Pelayanan

Fandi Tjiptono (2005: 23) jasa atau servis merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Swasta (1993: 342) pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan

maksud dan tujuan tertentu. Defenisi ini menghubungkan makna bahwa pelayanan adalah sebuah aktifitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang disebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang dikemukakan oleh Barada (2003: 27) adalah “ kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan”.

Menurut analisis pelayanan pelanggan merupakan langkah yang vital karena ini akan mendongkrak kinerja dari sebuah perusahaan. Analisis yang dimaksud yaitu sebagai berikut:

- a. Siapa pelanggan anda.
- b. Bagaimana anda memenuhi atau belum memenuhi penghargaan pelanggan.
- c. Langkah apa yang dapat anda lakukan untuk memenuhi pengharapan penghargaan itu.
- d. Seberapa besar biaya untuk memenuhi penghargaan itu. (Khusaini, 2016: 8-10)

3. Fasilitas

Fasilitas adalah segala yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2005: 75).

Menurut Tjiptono (2001:184) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan oleh konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

- a. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004: 112), ada beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas, yaitu:

1) Pertimbangan suatu perencanaan parsial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perancang ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

4) Tata cahaya

Yang perlu di perhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

5) Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan *rileks*, serta mengurangi tingkat kecelakaan.

6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. (Wulandari, 2017: 8-9)

4. Harga

Menurut Tjiptono (2012:315) menyatakan bahwa istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan

untuk mendapatkan sebuah produk. Produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi, atau organisasi) yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Bagi perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

b. Bagi konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain seperti citra merek, lokasi, toko, layanan, nilai, fitur produk dan kualitas produk. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi.

c. Bagi perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi, dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

Ada 4 hal yang mencirikan harga, yaitu (Rasyid, 2018:41):

1) Keterjangkauan harga

Artinya konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3) Daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu produk.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi pula nilai tukar barang atau jasa tersebut, semakin besar pula alat penukar yang tersedia yang dikorbankan konsumen.

Menurut Sunaryo (2011:228) menyatakan bahwa tinggi rendahnya harga satuan produk, antara lain dipengaruhi 3 hal utama, yaitu biaya produksi, mutu produk, dan situasi segmen pasar. Di samping itu faktor-faktor penting antara lain pesaing daya beli konsumen dan kecenderungan selera konsumen. Dengan demikian harga produk harus bersifat kompetitif dan relatif terjangkau oleh konsumen dari golongan sosial ekonomi manapun. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuan penentuan strategi harga secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Penetapan harga produk dibuat semurah mungkin, tujuannya supaya produk dan jasa laku dipasaran. Dengan harga yang murah, tetapi masih ada margin laba, dibanding harga pesaing dekat, biasanya produk akan dapat bertahan hidup.

2. Untuk memaksimalkan laba

Tujuannya agar penjualan meningkat, sehingga laba ,menjadi maksimal. Penetapan harga produk dapat tinggi atau harga relatif murah.

3. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penetapan harga yang relatif murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan perusahaan pesaing terdekat beralih ke produk yang kita tawarkan.

4. Mutu produk

Untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas para pesaing dekat. Umumnya harga ditetapkan setinggi mungkin karena ada anggapan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas, sehingga produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk pesaing masih dinilai wajar.

5. Karena pesaing

Strategi keputusan harga produk dilakukan setelah melihat harga dari para pesaing, bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibanding harga yang ditawarkan pesaing terdekat. Artinya, dapat melebihi atau lebih rendah dibanding harga produk yang sama dari pesaing terdekat.

Modifikasi harga atau diskriminasi harga menurut Sunaryo (2011:242) dapat dilakukan melalui:

1. Menurut pelanggan. Harga dibedakan berdasarkan pelanggan utama (primer) dan pelanggan kedua (sekunder). Pelanggan utama adalah pelanggan yang loyal dan memenuhi kriteria yang telah diterapkan. Biasanya, harga diputuskan lebih murah dibanding harga pelanggan utama.
2. Menurut bentuk produk. Harga ditetapkan berdasarkan bentuk atau ukuran atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk.

3. Menurut tempat. Harga ditetapkan berdasarkan negara, lokasi atau wilayah produk atau jasa tersebut ditawarkan. Hal ini dilakukan karena setiap wilayah atau daerah memiliki daya beli dan kondisi persaingan tersendiri.
4. Menurut waktu. Harga produk ditetapkan berdasarkan periode atau masa tertentu. Harga dapat diubah pada jam-jam tertentu.

5. Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2013 : 35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa senang. Pentingnya suatu kualitas pelayanan bagi setiap usaha kuliner merupakan salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Bagi sesuatu usaha yang memberikan jasa bagi konsumen, kualitas pelayanan adalah faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan karena konsumen pengguna jasa berharap mendapatkan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Oleh karena itu, suatu Restoran harus selalu berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan agar pelanggan tetap pergi makan dan minum di restoran tersebut.

Kualitas pelayanan akan mendorong konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan suatu lembaga pemberi layanan. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan suatu lembaga untuk memahami apa yang diharapkan konsumen untuk kebutuhan mereka. Dengan demikian penyediaan layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Apabila pelayanan yang diterima konsumen menyenangkan maka pelayanan dapat dikatakan sebagai kualitas ideal,

apabila sebaliknya pelayanan yang diterima tidak sesuai yang diharapkan konsumen maka pelayanan tersebut dapat dikatakan belum ideal hal ini menunjukkan bahwa dalam pelayanan salah satunya kemampuan pegawai mempengaruhi pandangan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan (Laksana, 2008 : 95).

6. Hubungan Fasilitas Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono untuk tetap bertahan dalam situasi tersebut secara teoritik perusahaan akan mencari cara yang kreatif melalui pembentukan hubungan yang kolaboratif dengan pelanggan. Fasilitas dianggap sebagai cara yang paling penting dalam membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang (Tjiptono, 2008 : 38). Berdasarkan secara empiris oleh Murbani Khasanah (2017) menjelaskan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dalam Kusuma (2015 : 3) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Dengan adanya fasilitas yang telah disediakan maka kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior serta kebersihan harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung. Penyediaan fasilitas yang memudahkan konsumen dalam melakukan suatu kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi selama berada di tempat tersebut. Sehingga fasilitas merupakan salah satu yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggan, baik itu bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2006 : 148).

7. Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen

Harga merupakan salah satu faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian yang

dilakukan oleh Sukmawati (2015) menunjukkan bahwa harga menjadi faktor yang berpengaruh positif baik terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan.

Konsumen menganggap harga sesuai dengan manfaat dan jasa yang ditawarkan. Harga merupakan salah satu faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang konsumennya menukarkan untuk mendapatkan manfaat atau memiliki atau menggunakan produk atau jasa itu. Harga memiliki manfaat yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen karena dengan harga yang terjangkau maka konsumen akan puas. Penetapan harga yang tidak sesuai akan menurunkan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga mempunyai peranan untuk meningkatkan kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Menurut Haryanto (2013) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Dimana adanya kesesuaian harga yang dibebankan sesuai dengan kejelasan harga yang tertera dan yang akan dibayarkan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan masyarakat.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

1. Meva Pratiwi (2018) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Penginapan Lebar Daun Palembang”. Permasalahan terletak pada alasan banyak orang datang ke Penginapan Lebar Daun Palembang ini dikarenakan penginapan ini memiliki harga yang relatif murah, pelayanan yang baik, ramah dan fasilitas maupun kualitas sehingga konsumen tertarik dengan jasa yang disediakan penginapan ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif dan subjek penelitiannya adalah konsumen yang menginap di Penginapan Lebar Daun Palembang sebanyak 30 Responden. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Penginapan Lebar Daun

Palembang, untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Penginapan Lebar Daun Palembang, untuk mengetahui harga terhadap kepuasan konsumen Penginapan Lebar Daun Palembang dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen Penginapan Lebar Daun Sirih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) kualitas pelayanan (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,687 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} 4,175 dan t_{tabel} 1,687 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. b) Fasilitas (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,135 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} 1,768 dan t_{tabel} 1,687 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. c) Harga (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,389 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} 3,360 dan t_{tabel} 1,687 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. d) Hasil penelitian yang diperoleh bahwa seluruh variabel independen kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ atau dapat dilihat dari nilai (*ANNOVA*) f_{hitung} 70,128 > f_{tabel} 2,87. Hal ini berarti kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meva Pratiwi adalah sama-sama meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, waktu penelitian dan jumlah sampel.

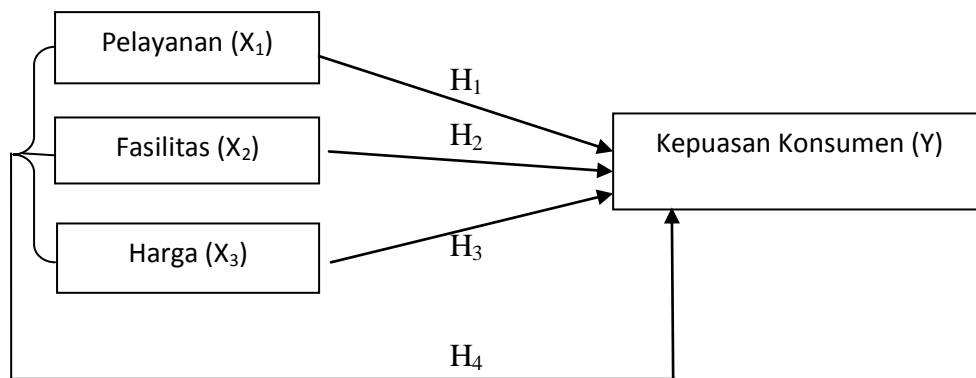
2. Yineu Nur Layaalin (2017) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta)”. Permasalahan pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan masih belum sesuai dengan tempat karaoke pada umumnya meskipun harga relatif murah jika

dibandingkan dengan tempat hiburan karaoke seperti Inul Vista, Happy Happy, dan Nav Karaoke. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan subjek penelitiannya adalah pengunjung di Top 40 *Family Karaoke* pada periode tahun 2017 yang berjumlah 155 responden. Tujuan penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karaoke di Top 40 *Family Karaoke*, mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan karaoke Top 40 *Family Karaoke*, mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan karaoke Top 40 *Family Karaoke* dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan karaoke Top 40 *Family Karaoke*. Hasil penelitian pada taraf signifikan 5% menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karaoke Top 40 *Family Karaoke*. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,513 > 1,975$), nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,237. (2) terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan karaoke di Top 40 *Family Karaoke*. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,699 > 1,975$), nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,377. (3) terdapat pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan pelanggan karaoke Top 40 *Family Karaoke*. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,467 > 1,975$), nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,629. (4) Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Top 40 *Family Karaoke*. Hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($80,982 > 2,664$), dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas sebesar 61,7%, Sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yineu Nur Layaalin sama-sama meneliti tentang Harga, Kualitas

pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan fasilitas sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, waktu penelitian dan sampel.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan konsep-konsep dasar teori yang dijelaskan diatas maka dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang disajikan pada Gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir sebagai berikut

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat beberapa hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut:

- H_{01} : Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang
- H_{a1} : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang
- H_{02} : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Padang Panjang
- H_{a2} : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang
- H_{03} : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang

H_{a3} : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran
Gumarang Padang Panjang

H₀₄:Pelayanan, fasilitas dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap
kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang

H_{a4} :Pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (Penelitian lapangan), metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang menggambarkan pengaruh antara pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Restoran Gumarang Padang Panjang berada di kota Padang Panjang yang terletak di jalan M.Syafei pasar Padang Panjang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2020 sampai pada bulan Maret 2021.

**Tabel 3. 1
Tabel Penelitian**

Kegiatan	Waktu pelaksanaan																								
	Agus – Sep	Okt – Nov	Des	Jan				Feb				Mar				April				Mai				Juni	
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Penyusunan proposal skripsi																									
Bimbingan proposal skripsi																									
Seminar																									
bimbingan sudah seminar																									
Penelitian skripsi																									
Bimbingan skripsi																									
Sidang munaqasah																									

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012 : 119). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan dan minuman di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012 : 126). Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan usia yang mana konsumen yang berumur diatas 20 tahun yang dijadikan sampel sebab konsumen yang berumur diatas 20 tahun dianggap telah layak menilai suatu kondisi lingkungan. Selain umur juga berdasarkan pekerjaan yaitu PNS, wiraswasta, mahasiswa, dan adapula masyarakat biasa. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan cara mengakumulasikan data pengunjung di Restoran Gumarang Padang Panjang tahun 2020 yaitu dari triwulan I s/d IV triwulan IV 2020.

Tabel 3. 2
Rekapitulasi Pengunjung

No	Triwulan	Total Jumlah Pengunjung (Orang)
1	I	2.500
2	II	1.650
3	III	2. 525
4	IV	3. 250
Jumlah Populasi		9.925
Rata-rata		2.481

Sumber : Pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang (Pak Sudirman)

Berdasarkan tabel diatas pada rekapitulasi jumlah pengunjung Restoran Gumarang Padang Panjang yang penulis dapatkan dari pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang saat penulis melakukan wawancara mengatakan jumlah populasi pengunjung yang datang ke Restoran Gumarang Padang Panjang pada tahun 2020 sebanyak 9.925 orang

dengan triwulan pertama 2.500 orang, triwulan kedua 1.600 orang, triwulan ketiga 2.525 orang dan triwulan keempat 3.250 orang.

Penelitian ini penulis menggunakan rumus Slovin yaitunya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : presisi (persen kelonggaran ketidaktelitian /batas kesalahan)

$$N = \frac{2.481}{1 + 2.481 (0,01)}$$

$$N = \frac{2.481}{25,81}$$

$$N = 96$$

Kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data. Adapun yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah 96 konsumen yang berkunjung ke Restoran Gumarang Padang Panjang.

D. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis langsung jadi instrumen kuncinya dengan cara peneliti langsung berada di lapangan untuk meneliti dengan cara menyebar kusioner ke setiap konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Instrumen Penelitian yang digunakan berupa kuesioner atau angket yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pernyataan-pernyataan. Kuesioner yang disebarakan memakai skala pengukuran *likert*. Yaitu masing-masing item pilihan jawaban pada pertanyaan akan diberi point 1-5. Tanggapan yang diminta dari responden berisi poin-poin mengenai indikator harga, fasilitas dan kualitas pelayanan. Jawaban dari setiap Instrumen kuesioner mempunyai

gradasi dari yang sangat positif sampai yang sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah:

Tabel 3. 3
Skor Penelitian Berdasarkan skala Likert

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2015:165)

Dari tabel tersebut dapat dilihat dari jawaban sangat setuju merupakan prediket paling tinggi dengan bobot nilai 5, diikuti dengan setuju dengan bobot nilai 4, kemudian kurang setuju dengan bobot nilai 3, selanjutnya tidak setuju mendapatkan bobot nilai 2 dan yang paling rendah dengan bobot nilai 1 dengan jawaban sangat tidak setuju.

Adapun kisi-kisi Instrumen yang peneliti gunakan sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item Instrumen
1. Kepuasan Konsumen (Husein, 2003:15)	a. Kepuasan pelanggan keseluruhan	1
	b. Konfirmasi harapan	2
	c. Minat pembelian ulang	3
	d. Kesiediaan untuk merekomendasi	4
2. Pelayanan (Danang, 2012 : 238)	a. Desain	1
	b. Keandalan	2
	c. Daya tanggap	3, 4
	d. Kepercayaan	5
	e. Personalisasi	6
3. Fasilitas (Agus Sulastiyono, 2006 : 11)	a. Kondisi fasilitas	1
	b. Ketengkapan	2, 3
	c. Desain interior, eksterior dan	4,5

	kebersihan fasilitas	
4. Harga (Stanton, 1998:308)	a. Keterjangkauan harga	1
	b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2, 3
	c. Daya saing harga	4
	d. Kesesuaian harga dengan manfaat	5, 6, 7

Instrumen penelitian dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda hasil angket ditabulasi dalam bentuk tabulasi data hasil angket. Agar angket ini dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan angket terlebih dahulu untuk diuji validitasnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya perlu untuk memilih. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari berbagai sumber tertulis ataupun informan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengetahui sejarah Restoran Gumarang Padang Panjang, struktur organisasi yang diperlukan sebagai data atau informasi pendukung.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji Instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan dan pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu (Priyatno,2014: 51).

Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu *korelasi pearson*, *corrected item total correlation* dan analisis faktor. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *korelasi pearson*. Teknik uji validitas item dengan *korelasi pearson*, yaitu dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variable. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan criteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2010 : 153).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Asnawi (2011:171) Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mencari reliabilitas digunakan salah satu teknik yaitu menggunakan rumus Alpha, dalam SPSS versi 22 (*Statistical Product and Service Solutions*) ada fasilitas yang digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach alpha* dan variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,60$ dan reliabel yang sama kurang dari 0,60 adalah kurang baik (Umar, 2008 : 88).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik (Kodu, 2013:125). Uji asumsi klasik ini dilakukan dengan bantuan program SPSS, meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Asnawi, 2011:178). Uji ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$. Sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka dinyatakan tidak normal.

b. Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linear atau tidak. Kriteria pengujian linearitas adalah nilai signifikan lebih besar dari 0.05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linear.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna di antara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar (Priyatno, 2014: 99).

Metode yang digunakan dalam uji multikolinieritas ada dua yaitu, dengan membandingkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIP) serta

besaran korelasi antar variabel independen. kriteria untuk mendeteksi multikolonieritas pada suatu model adalah sebagai berikut jika nilai *variance inflation factor* (VIP) < 10 dan nilai maka tidak tolerance tidak kurang dari 0,1 maka tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel independen, dan sebaliknya jika nilai VIP > 10 maka terdapat multikolonieritas. Cara menguji uji multikolonieritas ini dengan menggunakan bantuan program SPSS.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada sebuah pemasaran regresi dapat dilihat dengan menggunakan uji *scatterplot* yaitu dengan melihat penyebaran dari *variance* residual (Supriyanto, 2014: 108). Uji heteroskedastisitas ini dilihat dengan cara menggunakan uji *scatterplot* dengan menggunakan program SPSS.

4. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah kelanjutan analisis setelah uji validitas , realibilitas, uji asumsi klasik (Asnawi, 2011:181). Analisis ini digunakan Untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikatnya, dilakukan dengan menggunakan program SPSS, menurut (Sugiyono, 2015:182) digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

\hat{Y} = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

X_1 = Pelayanan

X_2 = Fasilitas

X_3 = Harga

b_1 = Koefisien regresi untuk pelayanan

b_2 = Koefisien regresi untuk fasilitas

b_3 = Koefisien regresi untuk harga

e = Error

Tugas peneliti adalah mendeteksi variabel X dan Y yang akan dimasukkan (*entry*) pada analisis regresi di atas dengan bantuan *software* sesuai dengan perkembangan yang ada, misalkan sekarang lebih dikenal oleh peneliti SPSS.

5. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara individual (parsial). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Selanjutnya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (Priyatno, 2014:145).

Penelitian ini dianalisa dengan menggunakan analisa statistik dengan sistem SPSS agar ditemukan hasil yang lebih akurat dan dapat dipercaya kebenarannya.

b. Uji-F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Asnawi, 2011:182). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai F ratio dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Jika F ratio $> F$ tabel atau *prob - sig* $< \alpha = 5\%$ berarti bahwa

masing-masing variabel independen berpengaruh secara positif terhadap dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi signifikan secara statistik.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen (Rendy Gulla, 2015:1317). Koefisien determinasi merupakan ukuran kesesuaian garis regresi linear berganda terhadap suatu data. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. Koefisien determinasi ini ditunjukkan dengan R square dalam model summary yang dihasilkan oleh program SPSS 22. Apabila nilai R^2 semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan

1. Gambaran Umum

Restoran Gumarang Padang Panjang adalah restoran yang berada di Kota Madya Padang Panjang yang beralamat di Jalan M. Syafei pasar padang panjang. Restoran Gumarang Padang Panjang sendiri berdiri pada 15 Agustus 1970 yang didirikan oleh Bapak Muchtar Datuak Pisang dan sekarang Restoran Gumarang Padang Panjang dipimpin oleh Bapak Sudirman atau biasa dipanggil dengan sebutan Pak Haji Laut. Gumarang Padang Panjang tidak hanya memiliki restoran tetapi juga memiliki Rumah Makan Gumarang Padang Panjang yang beralamat di samping Restoran Gumarang Padang Panjang dan juga memiliki Resto Gumarang Padang Panjang yang alamatnya tidak jauh dari restoran maupun rumah makan gumarang Padang panjang. Restoran Gumarang Padang Panjang buka pada jam 06.00 pagi dan tutup pada jam 22.30 malam dan biasanya menu yang ditawarkan oleh Restoran Gumarang Padang Panjang harganya sekitar RP 20.000/porsi. Restoran Gumarang Padang Panjang ini menyediakan makanan dan minuman yang bercita rasa dan khas minang, Restoran ini berbagai macam makanan salah satu makanan di restoran ini adalah seperti nasi goreng, bubur kacang padi, bubur kampiun, bubur dalimo, ampiang dadiah, bubur ketan, bubur putih, sate, kolak dan berbagai makanan yang lainnya selain itu di restoran ini menyediakan juga berbagai minuman seperti aneka jus, minuman panas, minuman dingin dan minuman botol.

Restoran Gumarang Padang Panjang sendiri memiliki 20 karyawan yang mana 20 karyawan tersebut memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Pada bagian dapur atau bagian memasak makanan terdiri dari 4 karyawan, bagian kasir terdiri 1 karyawan, bagian mengantarkan makanan dan minuman ke konsumen terdiri dari 3 karyawan, bagian depan atau bagian mengambil makanan atau minuman terdiri dari 10 karyawan

dan pada bagian cuci piring terdiri dari 2 karyawan yang mana seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4. 1
Jumlah Karyawan Restoran Gumarang Padang Panjang

No	Bagian Kerja	Banyak Karyawan
1	Bagian Dapur	4
2	Kasir	1
3	Antar Makanan Dan Minuman	3
4	Bagian Depan	10
5	Cuci Piring	2
Jumlah		20

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menciptakan restoran yang tetap eksis dan bertahan dari banyaknya persaingan kuliner di daerah padang panjang dan juga ingin menambah cabang di luar daerah padang panjang.

b. Misi

- 1) Menambah karyawan.
- 2) Mengembangkan usaha di berbagai tempat yang strategis agar menjadi restoran yang terbaik dengan memberikan pelayanan, kenikmatan dan keberkahan untuk konsumen.
- 3) Tetap mempertahankan cita rasa makanan dan minuman yang berciri khas minang juga memberikan harga yang dapat bersaing dengan restoran lain.

B. Analisis Deskriptif Responden

Kuesioner penelitian disebarkan kepada responden sebanyak 96 responden yang datang ke Restoran Gumarang Padang Panjang yang mana kuesioner tersebut memiliki karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Dan setelah kuesioner disebarkan maka didapatkan karakteristik responen sebagai berikut:

1. Deskriptif Karakteristik Responden

Kuesioner disebarikan kepada 96 responden yaitu konsumen dari Restoran Gumarang Padang Panjang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Setelah kuesioner disebarikan maka didapatkan karakteristik demografi responden sebagai berikut :

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terhadap 96 responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	55	57 %
Laki-laki	41	43 %
Total	96	100 %

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa terdapat sebanyak 57% orang responden berjenis kelamin perempuan dan 43% orang yang berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang melakukan pembelian pada Restoran Gumarang Padang Panjang adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 57%.

b. Karakteristik responden berdasarkan umur

Usia responden dikelompokkan menjadi empat kelompok usia yang dijelaskan dalam tabel 4.3 berikut :

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
20 Tahun	10	10 %
20-25 Tahun	35	37%
26-35 Tahun	25	26 %
>35 Tahun	26	27 %
Total	96	100 %

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan umur terbanyak berada pada usia lebih dari 20-25 tahun yaitu sebanyak 37%. Responden dengan umur lebih 35 tahun berada pada tingkat kedua yakni sebanyak 27%. Responden dengan umur 26-35 tahun sebanyak 26% dan responden dengan umur 20 tahun sebanyak 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang melakukan pembelian pada Restoran Gumarang Padang Panjang yaitu dengan usia 20-25 tahun dengan persentase 37%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada tabel 4.4 berikut memperlihatkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya yang di kelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	35	36%
Wiraswasta	30	31%
Mahasiswa/ Pelajar	10	10%
Lainnya	21	23%
Total	96	100%

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa pekerjaan PNS memiliki jumlah yang paling tinggi yaitu 36% posisi kedua responden yang pekerjaannya wiraswasta dengan nilai presentase 31% posisi ketiga lainnya dengan persentase 23% dan yang terendah mahasiswa/ pelajar dengan persentase 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa bahwa responden yang pekerjaannya PNS merupakan konsumen yang dominan pada Restoran Gumarang Padang Panjang.

2. Deskriptif variabel penelitian

a. Kepuasan konsumen

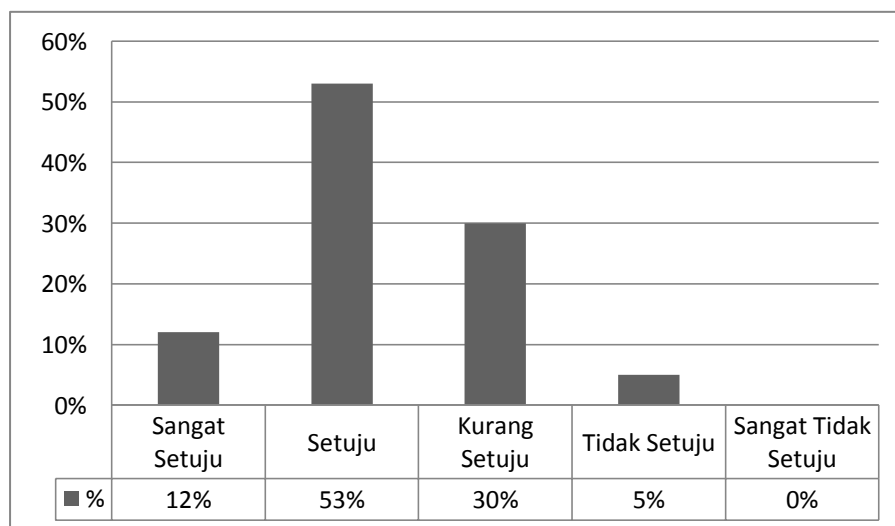
Tabel 4. 5
Deskriptif Kepuasan Konsumen

Kategori	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	%
Sangat Setuju	16	13	8	12	6	10	11	12%
Setuju	51	62	45	54	45	46	53	53%
Kurang Setuju	21	20	34	29	38	33	29	30%
Tidak Setuju	8	1	9	1	7	7	3	5%
Sangat tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0%
Total	96	96	96	96	96	96	96	100%

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan hasil angket diperoleh jumlah untuk variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 12% responden mengatakan sangat setuju, 53% responden mengatakan setuju, 30% responden mengatakan kurang setuju, 5% responden mengatakan tidak setuju dan 0% mengatakan sangat tidak setuju. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa deskriptif variabel kepuasan konsumen memiliki jumlah nilai setuju sebesar 53% hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item pernyataan kepuasan konsumen adalah setuju. Dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut

Gambar 4. 1
Grafik Deskripsi Kepuasan Konsumen



b. Pelayanan

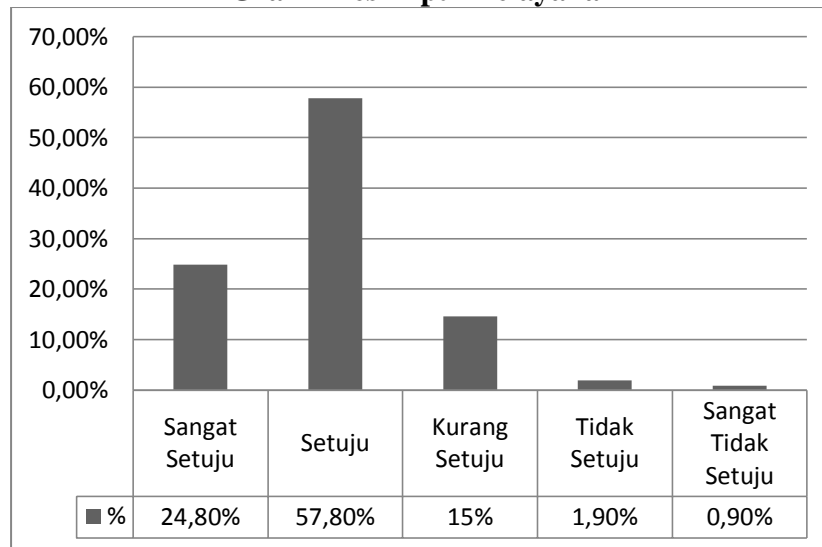
Tabel 4. 6
Deskriptif Pelayanan

Kategori	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	%
Sangat Setuju	22	18	33	25	19	21	27	27	17	29	24,8%
Setuju	58	56	52	53	62	58	51	58	57	50	57,8%
Kurang Setuju	12	19	9	15	14	13	15	7	20	16	14,6%
Tidak Setuju	3	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1,9%
Sangat tidak setuju	1	1	0	2	0	2	1	2	0	0	0,9%
Total	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	100%

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021s

Berdasarkan hasil angket diperoleh jumlah jawaban untuk variabel pelayanan adalah sebesar 24,8% responden mengatakan sangat setuju, 57,8% responden mengatakan setuju, 14,6% responden mengatakan kurang setuju, 1,9% responden mengatakan tidak setuju dan 0,9 % mengatakan sangat tidak setuju. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa deskriptif variabel pelayanan memiliki jumlah nilai setuju sebesar 57,8% hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item pernyataan pelayanan adalah setuju. Dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Gambar 4. 2
Grafik Deskriptif Pelayanan



c. Fasilitas

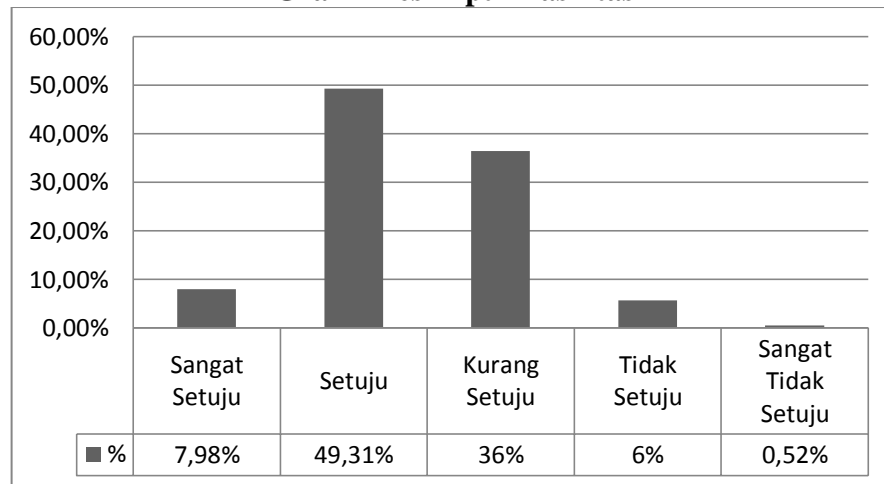
Tabel 4. 7
Deskriptif Fasilitas

Kategori	P1	P2	P3	P4	P5	P6	%
Sangat Setuju	11	10	5	4	7	9	7,98%
Setuju	48	63	39	49	38	47	49,31%
Kurang Setuju	37	23	40	37	40	33	36,46%
Tidak Setuju	0	0	11	6	9	7	5,73%
Sangat Tidak Setuju	0	0	1	0	2	0	0,52%
Total	96	96	96	96	96	96	100%

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan hasil angket diperoleh jumlah untuk variabel fasilitas adalah sebesar 7,98% responden mengatakan sangat setuju, 49,31% responden mengatakan setuju, 36,46% responden mengatakan kurang setuju, 5,73% responden mengatakan tidak setuju dan 0,52% mengatakan sangat tidak setuju. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa deskriptif variabel fasilitas memiliki jumlah nilai setuju sebesar 49,31% hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item pernyataan fasilitas adalah setuju. Dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Gambar 4. 3
Grafik Deskriptif Fasilitas



d. Harga

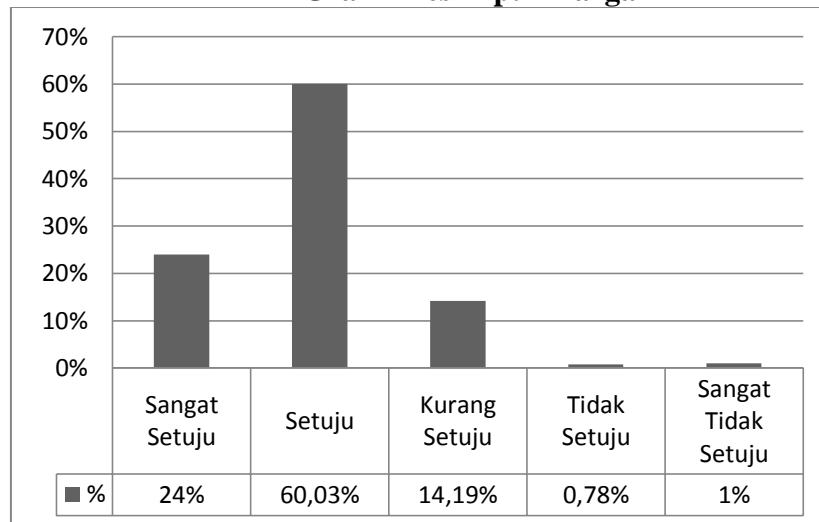
Tabel 4. 8
Deskriptif Harga

Kategori	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	%
Sangat Setuju	21	34	26	22	15	29	21	16	23,96%
Setuju	53	43	57	61	66	60	60	61	60,03%
Kurang Setuju	20	14	12	13	14	5	14	17	14,19%
Tidak Setuju	1	1	1	0	1	1	0	1	0,78%
Sangat Tidak Setuju	1	4	0	0	0	1	1	1	1,04%
Total	96	96	96	96	96	96	96	96	100%

Sumber: Data kuesioner (diolah) 2021

Berdasarkan hasil angket diperoleh jumlah untuk variabel harga adalah sebesar 23,96% responden mengatakan sangat setuju, 60,03% responden mengatakan setuju, 14,19% responden mengatakan kurang setuju, 0,78% responden mengatakan tidak setuju dan 1,04% mengatakan sangat tidak setuju. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa deskriptif variabel harga memiliki jumlah nilai setuju sebesar 60,03% hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item pernyataan harga adalah setuju. Dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Gambar 4. 4
Grafik Deskriptif Harga



C. Analisis Data

1. Uji validitas data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *korelasi pearson*. Yang mana uji validitas item dengan *korelasi pearson* yaitu dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka item dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini peneliti menguji 96 sampel dengan menggunakan rumus $r_{\text{tabel}} \text{ df} = N - 2$ yang mana N adalah jumlah sampel dengan singkat signifikansi untuk uji dua arah 0,05. $\text{Df} = 96 - 2$ maka hasilnya 94 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dilihat di r_{tabel} di nomor 94 signifikan 0,05 maka r_{tabel} yang digunakan sebesar 0,201 Angket atau kuesioner yang peneliti sebarkan kepada konsumen Restoran Gumarang Padang Panjang pada Selasa 09 Maret 2021. Adapun angket yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Angket tentang kepuasan konsumen

Tabel 4. 9
Hasil Validitas Kepuasan Konsumen

No Butir Angket	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
1	0, 648	0, 201	Valid
2	0, 573	0, 201	Valid
3	0, 801	0, 201	Valid
4	0, 755	0, 201	Valid
5	0, 693	0, 201	Valid
6	0, 708	0, 201	Valid
7	0, 577	0, 201	Valid

Sumber: Data uji coba Instrumen angket (diolah) menggunakan SPSS
22

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kepuasan konsumen untuk ke 7 item dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

- b. Angket tentang pelayanan

Tabel 4. 10
Hasil Validitas Pelayanan

No Butir Angket	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
1	0, 587	0, 201	Valid
2	0, 605	0, 201	Valid
3	0, 457	0, 201	Valid
4	0, 519	0, 201	Valid
5	0, 545	0, 201	Valid
6	0, 420	0, 201	Valid
7	0, 567	0, 201	Valid
8	0, 470	0, 201	Valid
9	0, 609	0, 201	Valid
10	0, 506	0, 201	Valid

Sumber: Data uji coba Instrumen angket (diolah) menggunakan SPSS
22

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel pelayanan untuk ke 10 item dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

c. Angket tentang fasilitas

Tabel 4. 11
Hasil Validitas Fasilitas

No Butir Angket	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
1	0,724	0,201	Valid
2	0,540	0,201	Valid
3	0,368	0,201	Valid
4	0,774	0,201	Valid
5	0,664	0,201	Valid
6	0,626	0,201	Valid

Sumber: Data uji coba Instrumen angket (diolah) menggunakan SPSS 22

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel fasilitas untuk ke 6 item dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

d. Angket tentang harga

Tabel 4. 12
Hasil Validitas Harga

No Butir Angket	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
1	0,545	0,201	Valid
2	0,807	0,201	Valid
3	0,756	0,201	Valid
4	0,660	0,201	Valid
5	0,673	0,201	Valid
6	0,680	0,201	Valid
7	0,744	0,201	Valid
8	0,729	0,201	Valid

Sumber: Data uji coba Instrumen angket (diolah) menggunakan SPSS 22

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel harga untuk ke 8 item dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reabilitas

Untuk mencari reabilitas digunakan salah satu teknik yaitu menggunakan rumus Alpha dalam SPSS 22 yang mana digunakan untuk mengukur reabilitas melalui uji statistik *cronbach alpha* dan variabel dikatakan reliabel baik jika nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ dan jika $< 0,60$ maka dikatakan reliabel kurang baik.

Berikut hasil uji reliabilitas angket yang telah peneliti lakukan dengan menggunakan SPSS 22 :

a. Angket tentang kepuasan konsumen

Tabel 4. 13
Hasil Reabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,805	,806	7

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil reliabilitas yang dilakukan terhadap angket kepuasan konsumen diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,805 dan berada diatas nilai minimal 0,60 ($0,805 > 0,60$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba kepuasan konsumen adalah reliabel baik.

b. Angket tentang pelayanan

Tabel 4. 14
Hasil Reabilitas Pelayanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,709	,714	10

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil reliabilitas yang dilakukan terhadap angket pelayanan diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,709 dan berada di atas nilai minimal 0,60 ($0,709 > 0,60$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba pelayanan adalah reliabel baik.

c. Angket tentang fasilitas

Tabel 4. 15
Hasil Reabilitas Fasilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,659	,676	6

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil reliabilitas yang dilakukan terhadap angket fasilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,659 dan berada diatas nilai minimal 0,60 ($0,659 > 0,60$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba fasilitas adalah reliabel baik.

d. Angket tentang harga

Tabel 4. 16
Hasil Reabilitas Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,847	,852	8

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil reliabilitas yang dilakukan terhadap angket harga diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,847 dan berada diatas nilai minimal 0,60 ($0,846 > 0,60$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba harga adalah reliabel baik.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui

apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$ maka dinyatakan normal. Sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka dinyatakan tidak normal. Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dan variabel penelitian disajikan sebagai berikut ini:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	96
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	0E-7
Std. Deviation	2,86152402
Most Extreme Differences	
Absolute	,061
Positive	,061
Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z	,602
Asymp. Sig. (2-tailed)	,862

a. Test distribution is Normal.

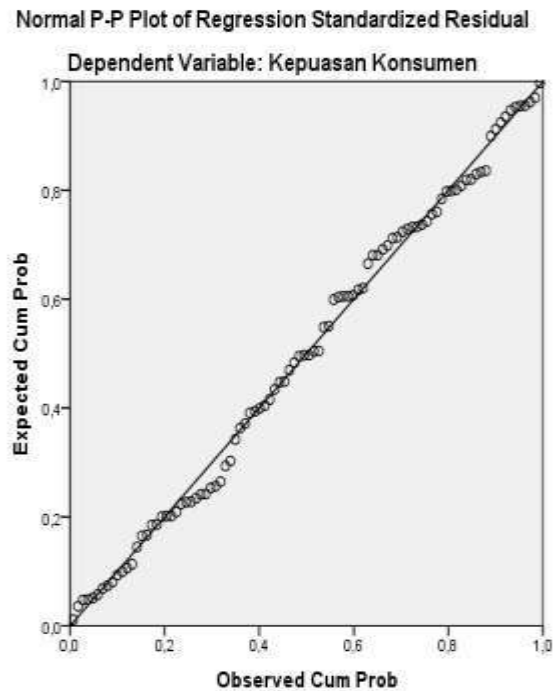
b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Dari hasil uji normalitas di atas maka nilai signifikan (*Asymp.Sig 2-Tailed*) mempunyai nilai sebesar 0,862, karena signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Pada uji normalitas dapat juga dilihat dengan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Residual* yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS22

Dari uji normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot dapat dilihat data tersebar disekitar garis diagonal dan juga menyebar disepanjang garis histogramnya. Sehingga menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki pola distribusi normal. Distribusi normal membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal.

b. Uji linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linear atau tidak. Kriteria pengujian linearitas adalah nilai signifikan lebih besar dari 0.05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linear.

Tabel 4. 18
Hasil Uji Linearitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Pelayanan		(Combined)	408,630	17	24,037	2,573	,003
	Between	Linearity	216,000	1	216,000	23,121	,000
	Groups	Deviation from Linearity	192,630	16	12,039	1,289	,226
	Within Groups		728,703	78	9,342		
	Total		1137,333	95			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Hasil analisis pada tabel ANOVA pelayanan F pada *deviasion from linearity* sebesar 1,289 dengan signifikan 0,226. Maka kesimpulannya bahwa nilai signifikan besar dari 0,05 ($0,226 > 0,05$) maka hipotesis yang diberikan H_0 diterima artinya kedua data saling berhubungan secara linear.

Tabel 4. 19
Hasil Uji Linearitas Fasilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Fasilitas		(Combined)	397,215	13	30,555	3,385	,000
	Between	Linearity	287,268	1	287,268	31,827	,000
	Groups	Deviation from Linearity	109,946	12	9,162	1,015	,443
	Within Groups		740,119	82	9,026		
	Total		1137,333	95			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Hasil analisis pada tabel ANOVA fasilitas F pada *deviasion from linearity* sebesar 1,015 dengan signifikan 0,443. Maka kesimpulannya bahwa nilai signifikan $> 0,05$ ($0,443 > 0,05$) maka hipotesis yang diberikan H_0 diterima artinya kedua data saling berhubungan secara linear.

Tabel 4. 20
Hasil Uji Linearitas harga

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga		(Combined)	205,762	16	12,860	1,091	,378
	Between	Linearity	41,352	1	41,352	3,507	,065
	Groups	Deviation from Linearity	164,410	15	10,961	,929	,536
	Within Groups		931,571	79	11,792		
	Total		1137,333	95			

Sumber: Data diolah menggunakan Spss 22

Hasil analisis pada tabel ANOVA harga F pada *deviasion from linearity* sebesar 0,929 dengan signifikan 0,536. Maka kesimpulannya bahwa nilai signifikan $> 0,05$ ($0,536 > 0,05$) maka hipotesis yang diberikan H_0 diterima artinya kedua data saling berhubungan secara linear.

c. Uji Multikonearitas

Metode yang digunakan dalam uji multikolinearitas ada dua yaitu, dengan membandingkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIP) serta besaran korelasi antar variabel independen. kriteria untuk mendeteksi multikolonieritas pada suatu model adalah sebagai berikut jika nilai *variance inflation factor* (VIP) < 10 dan nilai maka tidak *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel independen, dan sebaliknya jika nilai VIP > 10 maka terdapat multikolonieritas. Hasil uji Multikolinearitas untuk regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 21
Hasil Uji Multikonearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pelayanan	,657	1,522
Fasilitas	,785	1,275
Harga	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

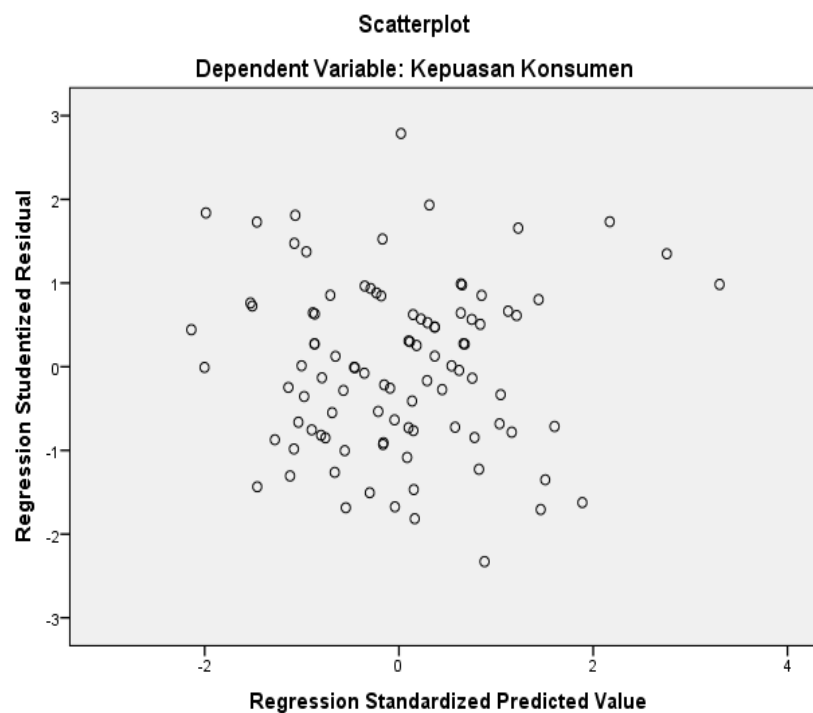
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Dari tabel di atas menunjukkan nilai *tolerance* dan VIF dari semua variabel bebas. Nilai *tolerance* yang didapat adalah pelayanan 0,657 pada fasilitas 0,785 dan pada harga 0,726. Pada nilai VIF pelayanan 1,522 fasilitas 1,275 dan harga 1,377. Dari semua variabel memenuhi kriteria nilai *tolerance* besar dari 0,1 dan VIF kecil dari 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dengan metode *Scatterplot* yaitu dengan melihat sebaran pola titik pada *scatterplot* regresi. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka nol. Pada uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar sebagai berikut:

Gambar 4. 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Pada grafik *Scatterplot* di atas dapat dilihat titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pelayanan, fasilitas dan harga berdasarkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

D. Hasil Dan Pembahasan

1. Analisis regresi linear berganda

Analisis ini digunakan Untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 22
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6,474	3,428		1,889	,062		
1 Pelayanan	,275	,094	,310	2,910	,005	,657	1,522
Fasilitas	,523	,128	,399	4,098	,000	,785	1,275
Harga	-,089	,089	-,102	-1,004	,318	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Dari tabel diatas dapat diketahui persamaan analisis regresi linear sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$\hat{Y} = 6,474 + 0,275 X_1 + 0,523 X_2 + (-0,089) X_3$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka hasil koefisien regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Besarnya konstanta 6,474 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel independen (pelayanan, fasilitas dan harga) bernilai 0 (nol), maka kepuasan konsumen bernilai 6,474. Jadi dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen jika tanpa dipengaruhi pelayanan, fasilitas dan harga adalah sebesar 6,474.
- b. Besarnya koefisien (b_1) yaitu 0,275 menunjukkan apabila pelayanan (variabel X_1) berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,275. Koefisien pelayanan bernilai positif, maka pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang. Dan apabila suatu pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang juga meningkat.
- c. Besarnya nilai koefisien (b_2) yaitu 0,523 menunjukkan fasilitas (variabel X_2) berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,523. Koefisien fasilitas positif, maka fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang. Dan apabila suatu fasilitas meningkat, maka kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang juga meningkat.
- d. Besarnya nilai koefisien (b_3) yaitu -0,089 menunjukkan harga (variabel X_3) berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar -0,089. Koefisien harga negatif, maka harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang. Dan apabila suatu harga mengalami penurunan maka kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang juga meningkat.

Kesimpulan dari pelayanan, fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang yaitu positif sedangkan pada harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang yaitu negatif. Sehingga dapat dikatakan apabila suatu pelayanan dan fasilitas

mengalami kenaikan maka kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang akan meningkat, sedangkan pada harga apabila mengalami penurunan maka kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang akan meningkat pula.

2. Uji Hipotesis

a. Uji T

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Selanjutnya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (Priyatno, 2014:145)

Tabel 4. 23
Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6,474	3,428		1,889	,062		
	Pelayanan	,275	,094	,310	2,910	,005	,657	1,522
	Fasilitas	,523	,128	,399	4,098	,000	,785	1,275
	Harga	-,089	,089	-,102	-1,004	,318	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Pada tabel diatas didapatkan t_{hitung} dari variabel bebas. Pada penelitian ini t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (df) = $N - K = 96 - 3 = 93$ pada tingkat signifikansi 0,05 maka didapatkan t_{tabel} sebesar 1,986 sehingga dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) pelayanan

Pada hasil statistik uji t variabel pelayanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,910 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,910 > 1,986$),

sedangkan untuk signifikansi $< 0,05$ maka ($0,005 < 0,05$). Maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

2) Fasilitas

Pada hasil statistik uji t untuk variabel fasilitas (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,098 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,098 > 1,986$), sedangkan untuk signifikansi $< 0,05$ maka ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

3) Harga

Pada hasil statistik uji t untuk variabel harga (X3) diperoleh t_{hitung} sebesar -1,004 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,004 < 1,986$), sedangkan untuk signifikansi $< 0,05$ maka ($0,318 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan H_03 diterima dan H_{a3} ditolak, artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Tanda negatif pada t_{hitung} adalah menunjukkan negatif atau penurunan terhadap harga di Restoran Gumarang Padang Panjang

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai F ratio dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Jika F ratio $>$ F tabel atau *prob-sig* $<$ $\alpha = 5\%$ berarti bahwa masing-masing variabel *independent* berpengaruh secara positif terhadap dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka model regresi signifikan secara statistik

Tabel 4. 24
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	359,443	3	119,814	14,170	,000 ^b
Residual	777,890	92	8,455		
Total	1137,333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Pelayanan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS22

Pada tabel hasil pengujian didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 14,170 dan F_{tabel} sebesar 2,703 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,170 > 2,703$) dengan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis H_0 ditolak dimana H_a diterima artinya pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Jadi apabila pelayanan, fasilitas dan harga mengalami peningkatan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran kesesuaian garis regresi linear berganda terhadap suatu data. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. Apabila nilai R^2 semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. tabel uji koefisien determinasi dapat kita lihat sebagai berikut:

Tabel 4. 25
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 ^a	,316	,294	2,90781

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Dari *output* maka *R Square* sebesar 0,316 atau 31,6%. Yang menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel independen pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 31,6%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Berdasarkan pengujian hasil Uji T pada variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka ($0,005 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Berdasarkan analisis regresi linear berganda pelayanan memiliki nilai sebesar 0,275 menunjukkan apabila pelayanan berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,275. Koefisien pelayanan bernilai positif, maka pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Gumarang Padang Panjang. Jadi hal ini sejalan dengan penelitian Meva Pratiwi (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Berdasarkan pengujian hasil Uji T pada variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Berdasarkan analisis regresi linear berganda fasilitas memiliki nilai sebesar 0,523 menunjukkan fasilitas berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,523. Koefisien fasilitas positif, maka fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Jadi hal ini sejalan dengan penelitian Yineu Nur Layaalin (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di restoran Gumarang Padang Panjang

Berdasarkan pengujian Uji T pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka ($0,318 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Berdasarkan analisis regresi linear berganda harga memiliki nilai sebesar -0,089 menunjukkan harga berubah satu satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar -0,089. Koefisien harga negatif, maka harga berpengaruh negatif yang artinya apabila harga mengalami penurunan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Yineu Nur Layaalin (2017) yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

Berdasarkan pengujian Uji F menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dimana H_a diterima artinya pelayanan,

fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,316 atau 31,6%. Yang menunjukkan persentasi sumbangan pengaruh variabel independen pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 31,6%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian Meva Pratiwi (2018) yang menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan telah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan dan hasil analisis data mengenai pengaruh pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil statistik uji t variabel pelayanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,910 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,910 > 1,986$), sedangkan untuk signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.
2. Pada hasil statistik uji t untuk variabel fasilitas (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,098 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,098 > 1,986$), sedangkan untuk signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.
3. Pada hasil statistik uji t untuk variabel harga (X3) diperoleh t_{hitung} sebesar -1,004 dan t_{tabel} 1,986, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-1,004 < 1,986$), sedangkan untuk signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,318 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan H_03 diterima dan H_{a3} ditolak, artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.
4. Pada hasil pengujian didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 14,170 dan F_{tabel} sebesar 3,94 dengan signifikan sebesar 0,000. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,170 > 2,703$) dengan signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis H_04 ditolak dimana H_{a4} diterima artinya pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

B. Implikasi

Penelitian ini dapat diimplikasikan untuk akademis maupun praktisi untuk pengembangan bisnis.

1. Bagi Akademis

Dari hasilnya diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen khususnya pada aspek pelayanan, fasilitas dan harga. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang.

2. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi manajemen Restoran Gumarang Padang Panjang untuk lebih memperhatikan dan mengoptimalkan pelayanan, fasilitas dan harga dalam usahanya karena ketiganya saling berhubungan dan mempengaruhi kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang dalam menghadapi persaingan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga lebih kecil dari variabel pelayanan dan fasilitas dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang. Oleh karena itu hendaknya Restoran Gumarang Padang Panjang memberikan harga yang terjangkau oleh daya beli konsumen agar konsumen merasa produk yang ditawarkan tidak merasa mahal sehingga konsumen merasa puas makan dan minum di restoran tersebut. dan juga pada fasilitas parkir restoran hendaknya diperluas lagi sehingga apabila konsumen mau makan dan minum tidak susah lagi untuk mencari tempat parkir bila hendak makan di restoran Gumarang Padang Panjang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Almana, L.O. dkk. 2018. *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Amanah, D. 2010. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Penelitian* Vol 2 No 1. Dosen Universitas Medan: Medan
- Andriani, K. 2018. *Hubungan Antara Persepsi terhadap Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Kantor Pos Gempol*. *Jurnal Penelitian* Vol 5 No 3. Jurusan Psikologi, FIP, Unesa
- Asnawi, N. dan Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press
- Danang, Sunyono. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Gulla, R. dkk. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal penelitian* Vol 3 No 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Harjati, L. dan Y. Venesia. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. *Jurnal Penelitian* Vol 1 No 1. Kwik Kian Gie School Of Bussines
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Penelitian* Vol 3 No 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Hidayah. Nurul. 2019. *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Husein, U. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Khusaini, Ahmad. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kodu, S. 2013. *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza*. *Jurnal Penelitian EMBA* Vol 1 No 3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado

- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prehallindo
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Layaalin. Yineu Nur. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogyakarta)*. Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pasolong, H. 2010. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: Alfabeta
- Pratiwi. Meva. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Penginapan Lebar Daun Palembang*. Fakultas Dan Bisnis Islam : Universitas Islam Raden Fatah Palembang.
- Priansa, D. J. 2017. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: UPP STIM
- Rasyid, A. H dan A.T. Indah. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tanggerang Selatan. Jurnal Penelitian Vol 16 No 1*. AMIK BSI Jakarta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & B*. Bandung : Alfabeta
- . 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, A. dan Sudaryono. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: ANDI
- Sukmawati, I. dan J.D.D. Massie. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayana Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Air Manado. Jurnal Penelitian Vol 3 No 3*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Stanton, W. J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi
- . 2005. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- . 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta : Andi
- . 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- , dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- Wulandari, Anastasia Anita. 2017. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor :B-709.a /In.27/F.IV.1/PP.00.9/10/2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini menugaskan Saudara:

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Khairul Marlin, SE., M.Kom., MM -	Penata Muda Tk. I, III/b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Proposal Skripsi Pra-Seminar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester Genap Tahun Akademik 2019/2020, atas nama:

Nama : Rahma Yanti
NIM : 1730404070
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : *Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang*

Demikian surat tugas ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 5 Oktober 2020
a.n.Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



[Signature]
Dr. Nofrivul, S.E., M.M.

Catatan :

Apabila Bapak/Ibu tidak bersedia harap diberitahukan kepada Ketua Jurusan dengan mengembalikan surat tugas, setelah mengisi blanko di bawah ini :

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 259.f./In.27/F.IV.1/PP.00.9/03/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Khairul Marlin, SE., M.Kom., MM	Penata Muda Tk.1 / III.b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas nama :

Nama : Rahma Yanti
NIM : 1730404070
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : *Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Gumarang Padang Panjang .*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 09 Maret 2021

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Nofrivul, SE., MM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Sudirman No.137 Kuburajo Lima Kaum Batusangkar 27213, Telp. (0752) 71150, Ext 135, Fax. (0752) 71879
Website .www.iainbatusangkar.ac.id e-mail: lppm@iainbatusangkar.ac.id

2 Februari 2021

Nomor : B- 0043.b /In.27/L.I/TL.00/01/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Rangkap
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang
Padang Panjang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : **RAHMA YANTI / 1730404070**
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 14 Januari 1998
Kartu Identitas : NIK: 1304095401980001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Alamat : Jorong Sikaladi Nagari Pariangan Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : **Pengaruh Pelayanan Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Gumarang Padang Panjang**
Lokasi : Restoran Gumarang Padang Panjang
Waktu : 3 Februari 2021 s.d 3 April 2021
Dosen Pembimbing 1 : Khairul Marlin, SE., M.Kom., MM
2 : -

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan

Demikian disampaikan, atas bantuannya diucapkan terimakasih.

Ketua

Muhammad Fazis, M.Pd.

Tembusan:

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)

RESTORAN GUMARANG PADANG PANJANG

Jl. M. Syafei No 53, Pasar Baru. Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan :

Nama : Rahma Yanti

NIM : 1730404070

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam


Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar

Menyatakan bahwa mahasiswi tersebut telah melakukan penelitian pada Restoran Gumarang Padang Panjang dengan alokasi waktu 17 Februari sampai 13 Maret 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan seperlunya.

Padang Panjang, 21 Juni 2021

Pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang


Sudirman

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang terhormat Bapak/ibu, saya **Rahma Yanti** Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Batusangkar sedang melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Gumarang Padang Panjang**” penelitian ini untuk pembuatan skripsi sebagai syarat menyelesaikan program strata satu (S1). Saya memohon kesediaan Bapak/ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kesediaan Bapak/ibu mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Saya sampaikan terima kasih atas kerja samanya.

PETUNJUK I:

Silahkan beri tanda centang (√) atau tanda silang (×) dan isi titik-titik untuk pertanyaan pada jawaban yang sesuai dan benar menurut Anda, serta isi pada tempat yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1) Laki-laki 2) Perempuan
3. Umur : 1) 20 Tahun 3) 26-35Tahun
2) 20-25 Tahun 4) >35 Tahun
4. Pekerjaan : 1) PNS 3) Mahasiswa/Pelajar
2) Wiraswasta 4) Lainnya Sebutkan ...

	memuaskan					
7	Akan merekomendasikan Restoran Gumarang Padang Panjang					

2. Pelayanan

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat berikan pelayan pada pengunjung					
2	Restoran Gumarang Padang Panjang memiliki ruangan yang rapih dan bersih					
3	Karyawan Restoran Gumarang Padang Panjang berpenampilan rapih, bersih dan sopan					
4	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung					
5	Karyawan mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap					
6	Karyawan tidak membeda-bedakan konsumen saat memberikan pelayanan					
7	Konsumen tidak lama mengantri dari pemesanan sampai makanan disajikan					
8	Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan					
9	Karyawan Restoran Gumarang Padang Panjang memberikan perhatian secara personal kepada konsumen					
10	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen					

3. Fasilitas

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Fasilitas yang ada di Restoran Gumarang Padang Panjang tertata dengan baik dan layak digunakan					
2	Peralatan makanan dan minuman yang digunakan Restoran Gumarang Padang Panjang lengkap.					
3	Memiliki tempat parkir yang nyaman, aman dan luas					
4	Pencahayaan dan warna pada Restoran Gumarang Padang Panjang sangat sesuai dan cocok					
5	Desain dinding ataupun penambahan hiasan ruangan pada Restoran Gumarang Padang Panjang sangat menarik pengunjung					
6	Fasilitas penunjang seperti cuci tangan, kain sapu tangan ataupun tisu ada sesuai dengan yang diinginkan					

4. Harga

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga makanannya terjangkau dan sesuai dengan daya beli pengunjung					
2	Harga sesuai dengan porsi makanan dan minuman yang diberikan					

3	Harga yang ditawarkan Restoran Gumarang Padang Panjang sangat ekonomis					
4	Harga pada makanan dan minuman Restoran Gumarang Padang Panjang dapat bersaing dengan restoran lainnya					
5	Harga sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan					
6	Harga yang ditetapkan pada Restoran Gumarang Padang Panjang sesuai dibanding restoran lain					
7	Harga makanan dan minuman dari Restoran Gumarang Padang Panjang sesuai dengan kemampuan konsumen					
8	Harga makanan dan minuman Restoran Gumarang Padang Panjang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.					

Data Tabulasi Kepuasan Konsumen

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
1	4	4	4	4	3	4	4	27
2	5	5	5	5	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	3	4	3	5	4	27
8	4	4	4	5	4	5	4	30
9	4	4	4	4	3	3	3	25
10	4	4	4	4	3	4	4	27
11	4	4	4	5	4	4	4	29
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	5	4	4	33
14	5	5	5	5	5	5	4	34
15	4	4	4	4	4	5	5	30
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	4	4	5	4	4	5	30
18	4	4	4	4	3	2	4	25
19	4	4	4	4	3	2	4	25
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	4	4	4	5	4	31
25	4	3	4	4	4	4	4	27
26	4	4	4	4	4	4	5	29
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	4	4	5	4	4	4	5	30
29	5	4	4	5	4	4	4	30
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	3	4	3	3	4	4	4	25
32	3	4	4	4	3	4	5	27
33	3	5	4	3	4	3	4	26
34	3	4	3	4	3	4	3	24
35	4	4	4	4	4	4	5	29
36	4	4	3	5	4	4	4	28
37	3	5	2	4	2	3	4	23
38	4	4	4	4	4	3	4	27

39	3	3	2	3	2	4	4	21
40	3	4	2	3	3	2	3	20
41	4	3	3	3	3	4	4	24
42	4	4	4	4	3	4	5	28
43	3	5	4	4	4	3	4	27
44	4	4	3	3	4	4	3	25
45	3	4	4	4	4	3	4	26
46	4	4	3	4	3	5	4	27
47	3	3	2	3	2	4	4	21
48	2	4	2	3	3	2	4	20
49	4	4	3	3	3	3	4	24
50	3	5	3	4	4	3	4	26
51	4	4	3	4	3	4	3	25
52	2	4	2	2	4	4	3	21
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	3	4	4	4	3	4	3	25
55	2	4	3	3	3	3	3	21
56	3	3	4	3	4	4	3	24
57	3	4	3	4	3	4	4	25
58	2	4	3	3	3	3	3	21
59	3	4	4	4	4	4	3	26
60	4	4	4	4	3	3	4	26
61	2	4	3	3	3	3	4	22
62	3	3	3	4	3	2	4	22
63	3	4	3	4	4	3	3	24
64	4	4	3	3	3	3	4	24
65	2	3	3	3	3	3	4	21
66	4	4	3	3	3	3	4	24
67	3	3	4	3	3	3	3	22
68	2	4	3	4	4	3	3	23
69	3	5	3	4	3	3	4	25
70	4	4	3	3	3	2	4	23
71	2	5	2	4	3	3	3	22
72	4	4	3	4	4	4	4	27
73	5	3	4	4	3	3	3	25
74	4	4	3	4	3	4	4	26
75	4	3	4	5	3	3	3	25
76	5	4	5	3	4	4	3	28
77	5	4	4	4	4	4	2	27
78	4	4	3	4	3	4	3	25
79	5	4	4	4	3	4	3	27

80	4	3	4	3	4	3	3	24
81	4	3	3	3	3	3	4	23
82	4	4	3	3	4	3	4	25
83	5	3	3	3	3	3	3	23
84	4	3	3	3	4	3	2	22
85	3	3	2	3	4	3	3	21
86	4	4	3	3	2	4	3	23
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	5	4	3	3	2	4	2	23
89	4	2	3	3	2	2	3	19
90	4	3	2	4	3	3	3	22
91	4	3	3	3	5	3	3	24
92	5	4	4	4	4	4	4	29
93	5	4	4	4	4	4	3	28
94	4	3	3	4	4	3	4	25
95	4	3	4	4	3	3	4	25
96	3	3	4	4	2	3	3	22

Data Tabulasi Pelayanan											
No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37
7	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
14	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
15	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
17	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
18	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35
19	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35
20	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46

21	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
22	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	35
23	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
24	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
31	4	2	5	4	4	5	4	4	2	2	36
32	4	5	4	5	2	1	1	1	3	4	30
33	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	38
34	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	41
35	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
36	3	4	5	4	4	4	3	5	5	3	40
37	4	3	3	5	3	3	2	5	3	3	34
38	2	3	4	3	4	4	4	4	4	5	37
39	2	3	4	3	5	5	5	4	4	5	40
40	2	3	4	3	4	3	5	5	4	5	38
41	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	38
42	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
43	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
45	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	42
46	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	42
47	4	5	2	3	4	4	4	4	4	5	39
48	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
51	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
52	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	44
53	3	3	4	4	4	2	3	5	4	5	37
54	3	4	5	5	3	2	5	3	4	5	39
55	5	4	5	4	4	1	4	1	4	4	36
56	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	40
57	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	42
58	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
59	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	41
60	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
61	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	39

62	4	4	5	4	4	3	3	5	3	3	38
63	4	4	5	4	3	3	3	2	4	4	36
64	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
65	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	40
66	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	39
67	1	1	3	4	4	5	4	4	3	3	32
68	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
69	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36
70	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
72	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
73	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	37
74	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
75	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	4	3	4	5	4	5	4	3	3	39
78	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	39
79	4	4	5	4	3	4	2	2	5	5	38
80	4	5	5	3	3	4	3	4	5	5	41
81	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	41
82	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	44
83	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
84	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
85	3	3	5	3	4	4	4	5	3	4	38
86	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	36
87	3	3	2	2	3	5	5	5	3	3	34
88	4	3	3	1	5	5	3	4	3	3	34
89	4	2	3	1	4	4	4	4	4	5	35
90	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
91	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	41
92	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	40
93	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	39
94	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
95	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	41
96	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	38

Data Tabulasi Fasilitas

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
1	3	4	2	4	4	2	19
2	3	3	3	3	4	4	20
3	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	2	4	4	4	22
5	4	4	3	4	4	4	23
6	4	3	4	4	3	4	22
7	5	4	4	4	5	4	26
8	4	4	3	4	3	3	21
9	5	4	4	4	5	4	26
10	4	4	3	4	3	4	22
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	5	4	29
13	5	5	4	4	4	4	26
14	4	4	1	4	4	4	21
15	4	4	2	4	5	4	23
16	4	4	3	4	4	3	22
17	4	4	3	4	4	4	23
18	3	4	3	3	3	4	20
19	3	4	3	3	3	4	20
20	4	4	3	3	3	4	21
21	4	4	3	3	3	5	22
22	4	4	3	4	4	4	23
23	4	4	3	4	4	4	23
24	4	4	3	4	4	5	24
25	4	4	3	4	4	4	23
26	4	4	3	4	4	4	23
27	5	5	4	5	4	5	28
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	3	3	3	4	23
30	5	5	3	4	4	5	26
31	3	3	4	3	4	3	20
32	3	4	3	3	3	4	20
33	4	5	4	4	5	5	27
34	3	4	4	3	4	4	22
35	4	4	3	4	3	5	23
36	4	4	3	4	3	4	22

37	4	5	3	4	3	5	24
38	4	4	4	4	4	5	25
39	3	3	3	3	4	4	20
40	4	4	3	2	3	2	18
41	4	4	4	4	2	4	22
42	3	4	4	3	4	4	22
43	4	5	3	4	4	5	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	3	3	22
46	3	4	5	3	2	4	21
47	4	3	4	3	4	4	22
48	3	4	4	4	4	2	21
49	4	4	3	4	5	3	23
50	5	4	4	4	3	3	23
51	5	3	5	5	4	4	26
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	4	4	3	3	3	20
54	3	4	3	4	3	4	21
55	4	4	3	3	3	3	20
56	3	5	2	4	4	4	22
57	4	3	3	3	2	4	19
58	4	4	4	3	3	3	21
59	3	3	3	4	2	4	19
60	3	4	3	3	1	3	17
61	3	3	4	3	3	3	19
62	3	4	4	3	3	2	19
63	3	3	4	4	3	3	20
64	3	3	4	3	2	3	18
65	3	3	4	3	3	3	19
66	4	4	2	3	4	3	20
67	3	3	2	2	3	3	16
68	4	4	3	2	3	3	19
69	3	3	2	2	3	3	16
70	4	4	2	3	3	2	18
71	3	4	3	3	3	3	19
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	3	3	22
74	3	4	5	3	2	4	21
75	4	3	4	3	4	4	22
76	3	4	4	4	4	2	21
77	4	4	3	4	5	3	23

18	3	3	3	4	3	4	3	3	26
19	3	3	3	4	3	4	3	3	26
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	3	4	4	4	4	4	31
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	4	5	4	5	4	4	4	33
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	3	4	4	4	4	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	3	4	3	4	4	3	4	4	29
30	5	5	4	5	4	5	5	5	38
31	2	2	2	3	2	3	3	3	20
32	4	5	4	5	4	5	4	4	35
33	3	4	5	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	4	4	4	3	4	34
35	3	5	5	5	4	5	5	4	36
36	4	3	4	3	4	5	4	4	31
37	3	4	4	4	4	4	4	4	31
38	4	3	4	4	3	4	4	3	29
39	4	3	4	4	3	4	4	3	29
40	4	3	4	4	3	4	4	3	29
41	3	4	4	4	4	4	3	3	29
42	5	5	5	4	5	4	4	5	37
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	5	4	4	4	4	4	4	5	34
46	5	5	4	3	3	5	4	3	32
47	5	5	4	3	4	5	4	2	32
48	4	4	4	4	4	4	4	3	31
49	5	5	5	5	5	5	4	5	39
50	5	5	5	5	5	5	4	5	39
51	5	5	5	4	4	5	5	5	38
52	5	5	5	5	5	5	5	4	39
53	4	5	4	4	4	5	4	4	34
54	5	5	4	4	4	4	4	3	33
55	5	5	5	4	5	4	5	5	38
56	5	4	3	4	3	5	5	3	32
57	5	5	5	5	4	5	4	4	37
58	4	5	4	4	4	5	4	4	34

59	4	5	5	5	5	5	5	5	39
60	4	5	4	4	4	4	4	4	33
61	3	4	5	4	3	4	3	4	30
62	3	3	4	4	4	4	4	4	30
63	4	3	4	4	5	5	3	4	32
64	4	3	4	3	3	4	3	4	28
65	4	4	3	4	4	3	5	4	31
66	4	1	3	4	4	2	3	3	24
67	3	1	3	3	3	3	1	1	18
68	3	1	3	3	4	5	3	4	26
69	3	1	3	3	3	1	3	3	20
70	4	3	4	5	4	4	4	4	32
71	4	3	4	4	4	4	4	4	31
72	4	4	4	5	4	4	3	3	31
73	5	5	4	4	4	4	5	4	35
74	5	5	4	4	4	4	4	4	34
75	4	3	4	4	3	4	4	4	30
76	4	4	4	4	5	5	5	5	36
77	3	5	4	4	4	4	5	4	33
78	4	5	4	4	5	4	4	4	34
79	5	5	5	4	4	4	4	4	35
80	3	5	4	3	4	4	4	4	31
81	3	4	4	3	4	4	4	3	29
82	4	3	4	3	4	3	3	4	28
83	4	5	5	4	5	5	4	4	36
84	5	5	5	5	4	4	5	4	37
85	5	3	5	5	3	4	5	4	34
86	5	5	4	3	4	4	3	3	31
87	3	4	4	4	4	4	4	3	30
88	3	5	4	4	4	5	4	4	33
89	1	5	5	4	4	5	5	4	33
90	4	5	5	5	5	5	5	4	38
91	4	5	5	5	4	5	5	5	38
92	4	5	5	4	4	4	4	4	34
93	4	4	5	5	4	5	5	5	37
94	4	5	4	5	4	5	4	4	35
95	4	4	5	4	4	4	5	5	35
96	3	4	4	5	5	4	4	4	33

Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
Pearson Correlation	1	,104	,563**	,424**	,316**	,412**	,124	,648**
P1 Sig. (2-tailed)		,312	,000	,000	,002	,000	,229	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,104	1	,303**	,420**	,369**	,343**	,337**	,573**
P2 Sig. (2-tailed)	,312		,003	,000	,000	,001	,001	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,563**	,303*	1	,579**	,538**	,420**	,349**	,801**
P3 Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000	,000	,000	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,424**	,420*	,579**	1	,394**	,427**	,396**	,755**
P4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,316**	,369*	,538**	,394**	1	,400**	,282**	,693**
P5 Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000	,005	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,412**	,343*	,420**	,427**	,400**	1	,328**	,708**
P6 Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,001	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,124	,337*	,349**	,396**	,282**	,328**	1	,577**
P7 Sig. (2-tailed)	,229	,001	,000	,000	,005	,001		,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	,648**	,573*	,801**	,755**	,693**	,708**	,577**	1
Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Pelayanan

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total	
P1	Pearson Correlation	1	,556**	,394**	,377**	,155	,053	,069	,051	,325**	,115	,587**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,132	,611	,501	,623	,001	,265	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P2	Pearson Correlation	,556**	1	,357**	,455**	,073	-,021	,079	,015	,399**	,276**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,478	,842	,445	,886	,000	,007	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P3	Pearson Correlation	,394**	,357**	1	,443**	,058	-,145	-,039	-,059	,298**	,165	,457**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,576	,160	,703	,566	,003	,109	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P4	Pearson Correlation	,377**	,455**	,443**	1	,082	-,081	,065	,063	,174	,106	,519**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,425	,431	,532	,544	,090	,304	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P5	Pearson Correlation	,155	,073	,058	,082	1	,426**	,534**	,358**	,129	,135	,545**
	Sig. (2-tailed)	,132	,478	,576	,425		,000	,000	,000	,211	,191	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P6	Pearson Correlation	,053	-,021	-,145	-,081	,426**	1	,406**	,407**	,094	,023	,420**
	Sig. (2-tailed)	,611	,842	,160	,431	,000		,000	,000	,362	,824	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P7	Pearson Correlation	,069	,079	-,039	,065	,534**	,406**	1	,433**	,183	,235*	,567**
	Sig. (2-tailed)	,501	,445	,703	,532	,000	,000		,000	,074	,021	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P8	Pearson Correlation	,051	,015	-,059	,063	,358**	,407**	,433**	1	,073	,073	,470**
	Sig. (2-tailed)	,623	,886	,566	,544	,000	,000	,000		,481	,482	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P9	Pearson Correlation	,325**	,399**	,298**	,174	,129	,094	,183	,073	1	,625**	,609**

	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,003	,090	,211	,362	,074	,481		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P1	Pearson											
	Correlation	,115	,276**	,165	,106	,135	,023	,235*	,073	,625**	1	,506**
0	Sig. (2-tailed)	,265	,007	,109	,304	,191	,824	,021	,482	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson											
Tot	Correlation	,587**	,605**	,457**	,519**	,545**	,420**	,567**	,470**	,609**	,506**	1
al	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Fasilitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson							
	Correlation	1	,377**	,136	,467**	,411**	,352**	,724**
	Sig. (2-tailed)		,000	,188	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P2	Pearson							
	Correlation	,377**	1	-,118	,321**	,312**	,286**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,000		,253	,001	,002	,005	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P3	Pearson							
	Correlation	,136	-,118	1	,230*	-,025	,022	,368**
	Sig. (2-tailed)	,188	,253		,024	,805	,834	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P4	Pearson							
	Correlation	,467**	,321**	,230*	1	,447**	,411**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,024		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P5	Pearson							
	Correlation	,411**	,312**	-,025	,447**	1	,238*	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,805	,000		,020	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96

P7	Pearson Correlation	,271**	,561**	,463**	,481**	,389**	,418**	1	,587*	,744*
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
P8	Pearson Correlation	,257*	,417**	,506**	,470**	,533**	,387**	,587*	1	,729*
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,545**	,807**	,756**	,660**	,673**	,680**	,744*	,729*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,805	,806	7

Uji Reabilitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,709	,714	10

Uji Reabilitas Fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,659	,676	6

Uji Reabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,847	,852	8

Hasil Uji Normalitas

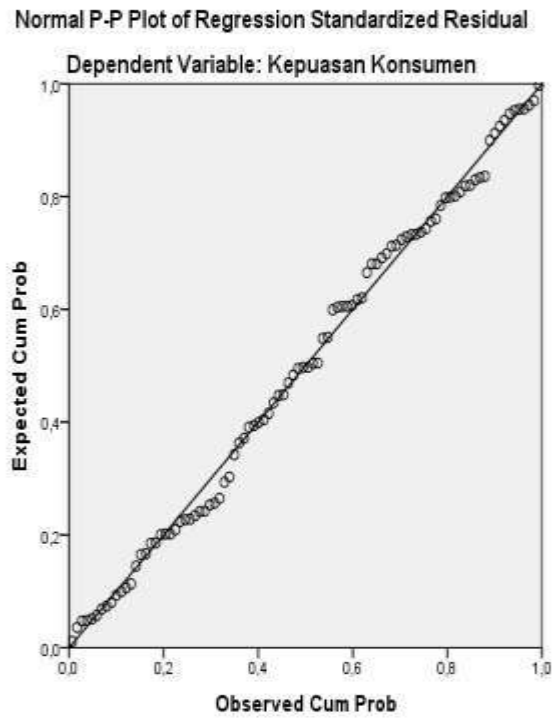
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,86152402
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,602
Asymp. Sig. (2-tailed)		,862

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot



Hasil Uji Linearitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Pelayanan		(Combined)	408,630	17	24,037	2,573	,003
	Between	Linearity	216,000	1	216,000	23,121	,000
	Groups	Deviation from	192,630	16	12,039	1,289	,226
		Linearity					
	Within Groups		728,703	78	9,342		
	Total		1137,333	95			

Hasil Uji Linearitas Fasilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Fasilitas		(Combined)	397,215	13	30,555	3,385	,000
	Between	Linearity	287,268	1	287,268	31,827	,000
	Groups	Deviation from	109,946	12	9,162	1,015	,443
		Linearity					
	Within Groups		740,119	82	9,026		
Total			1137,333	95			

Hasil Uji Linearitas harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga		(Combined)	205,762	16	12,860	1,091	,378
	Between	Linearity	41,352	1	41,352	3,507	,065
	Groups	Deviation	164,410	15	10,961	,929	,536
		from Linearity					
	Within Groups		931,571	79	11,792		
Total			1137,333	95			

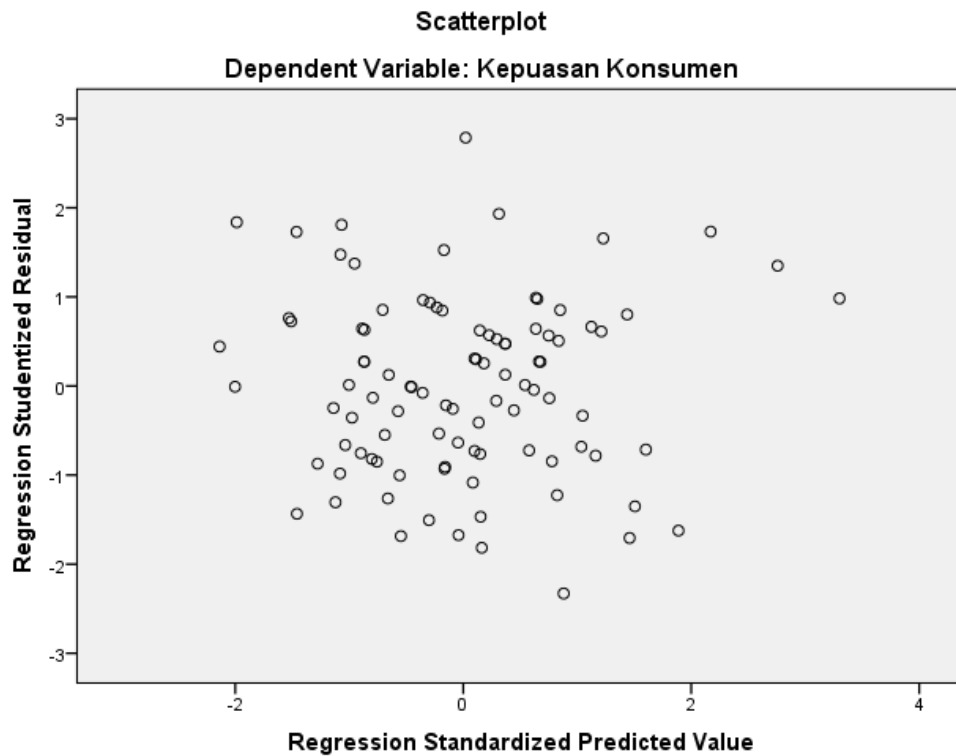
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pelayanan	,657	1,522
Fasilitas	,785	1,275
Harga	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6,474	3,428		1,889	,062		
1 Pelayanan	,275	,094	,310	2,910	,005	,657	1,522
Fasilitas	,523	,128	,399	4,098	,000	,785	1,275
Harga	-,089	,089	-,102	-1,004	,318	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,474	3,428		1,889	,062		
Pelayanan	,275	,094	,310	2,910	,005	,657	1,522
Fasilitas	,523	,128	,399	4,098	,000	,785	1,275
Harga	-,089	,089	-,102	1,004	,318	,726	1,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	359,443	3	119,814	14,170	,000 ^b
Residual	777,890	92	8,455		
Total	1137,333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Pelayanan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 ^a	,316	,294	2,90781

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

DOKUMENTASI



Gambar 1 Melakukan Wawancara dengan Pemilik Restoran Gumarang Padang Panjang (Bapak Sudirman/ Pak H. Laut)



Gambar 2 Pengisian Kuesioner Penelitian Oleh Pengunjung Restoran Gumarang Padang Panjang



Gambar 3 Pengisian Kuesioner Penelitian Oleh Pengunjung Restoran Gumarang Padang Panjang



Gambar 4 Ruangan Restoran Gumarang Padang Panjang Lantai 2