

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN SILATURAHMI (DI WILAYAH DS MANGUNSARI KEDUNGWARU TULUNGAGUNG)

Sri Wahyuningsih
Universitas Bhinneka PGRI
Sriwahyu2525@gmail.com

ABSTRAK : Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran dalam sebuah usaha. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen memuaskan maka akan menambah rasa kepuasan konsumen. Begitu juga dengan harga, ketika harga yang diberikan relatif murah maka akan semakin meningkatkan rasa kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di AngkringanSilaturahmi (Di Wilayah Ds Mangunsari Kedungwaru Tulungagung). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Data diambil menggunakan kuesioner melalui penyebaran angket dengan responden berjumlah 50 orang, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Random Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian Uji t terbukti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) nilai thitung(1,357) > ttabel (2,011) yang berarti tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Harga (X2) nilai thitung (2,171) > ttabel (2,011) yang berarti ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen”. Untuk uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung (7,458) > Ftabel (4,04). Hal ini menunjukkan ada pengaruh positif variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut juga ditunjukkan dengan hasil pengujian regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,209. Nilai *Adjusted R square* dikalikan 100% menjadi 20,9%. Sedangkan sisanya sebesar 79,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Hasil Belajar

Pendahuluan

Pada era globalisasi yang berkembang sangat pesat seperti saat ini membuat manusia akan mengalami perubahan terutama pada bidang perekonomian yang akan mempengaruhi pola dan perilaku persaingan pada saat menjalankan bisnisnya. Bahkan persaingan produk atau jasa pada era saat ini semakin banyak dan sangat beragam sekali, setiap usaha tentu pada umumnya akan memikirkan strategi agar bisnisnya berhasil. Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah mendapatkan rasa puas dari para konsumen sehingga akan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial yaitu meliputi terciptanya loyalitas konsumen, meningkatkan reputasi bisnis, serta meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Untuk membangun sebuah kepuasan konsumen tentunya tidak lah mudah karena harus diperhatikan dan dimulai dari proses yang panjang pada suatu bisnis tersebut.

Pada saat ini salah satu usaha yang berkembang pesat yaitu usaha dalam sektorkuliner adalah usaha kuliner warung angkringan. Hal ini dilihat bahwa peluang bisnis angkringan begitu menjanjikan, selain itu bisnis untuk membuka angkringan ini bisa dimulai dengan modal kecil sehingga banyak orang-orang untuk mencoba mengembangkan usaha tersebut. Angkringan merupakan suatu usaha mikro yang dijalankan oleh perorangan, dalam sebuah angkringan tidak hanya menyediakan satu macam produk sajamelainkan berbagai jenis produk makanan yang dijual meliputi nasi kucing, gorengan, sate usus (ayam), sate telur puyuh, keripik dan lain-lain. Minuman yang dijual beraneka macam seperti teh, jeruk, kopi, tape, wedang jahe dan susu.

Semua dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Meski harganya murah, namun konsumen warung ini sangat bervariasi, tanpa membeda-bedakan strata sosial atau SARA.

Di Tulungagung persaingan pasarsebuah angkringan ini sangat kuat dan ketat sekali karena hampir seluruh masyarakat membuka usaha. Salah satunya angkringan di Tulungagung adalah Angkringan Silaturahmi milik Mas Eros iniberdiri sejak 2020 yang terletak di wilayah Mangunsari, Kedungwaru, Tulungagung ini beroperasi mulai pukul 08.00 sampai 22.00 dengan suasana penerangan lampu kuning bernuansa tradisional dan juga dibantu oleh terangnya lampu jalan. Angkringan Silaturahmi ini ramai dikunjungi karena selain lokasi yang strategis, nyaman, harga makanan dan kualitas pelayanan di angkringan ini cukup baik sehingga konsumen mendapatkan rasa puas saat berada di Angkringan Silaturahmi. Penulis memilih Angkringan Silaturahmi sebagai objek penelitian karena trend gaya hidup masyarakat yang saat ini gemar berkumpul mengunjungi tempat tersebut, selain itu banyak persaingan antar angkringan yang harus tetap menjaga kepuasan konsumen sendiri untuk menghindari tingkat penurunan konsumen serta jumlah pendapatan.

Menurut (Kalangi & Rogahang, 2015) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Selain itu, (Istiatin, 2015) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Menurut (Putro, 2014) faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Selain itu, menurut (Rufliansah, Hermani, Seno, Bisnis, & Diponegoro, 2018) faktor-faktor yang pendorong kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan biaya dan kemudahan konsumen. Maka dari itu peneliti mengambil variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut (Istiatin, 2015) Kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan adalah persepsi dan sikap pelanggan terhadap produk suatu perusahaan sesuai dengan harapan (Tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Selain itu, menurut (Indra, 2019) harga suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga pertama kalinya, karena harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Penetapan harga perusahaan perlu memperhitungkan biaya modal yang dikeluarkan dan untuk mendapatkan keuntungan untuk memasukkan biaya yang tidak terduga atau biaya lain-lain.

Penelitian terdahulu dari Fahmi Firdaus Rufliansah dan Agus Hermani Daryanto Senoyang tahun 2018 dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Variabel harga memiliki pengaruh 20,2% sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh.

Berdasarkan permasalahan di atas, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang difokuskan untuk mengetahui kepuasan pelanggan melalui dua indikator yang telah ditentukan. Sehingga dalam penelitian ini penulis memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Silaturahmi”

Tinjauan Pustaka

A. Kepuasan Konsumen

(Setyo, 2017) Menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari seberapa baik apa harapan pelanggan dipenuhi.

Menurut (Sulaiman, 2020) indikator kepuasan konsumen terdiri dari:

- 1) Kesesuaian harapan.
- 2) Minat berkunjung kembali.
- 3) Kesiapan merekomendasikan.

B. Kualitas Pelayanan

Menurut menurut Evans dan Lindsay (2000) dalam jurnal (Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, 2016) kualitas pelayanan adalah “suatu kondisi secara dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Indikator kualitas pelayanan adalah: (Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, 2016) yaitu Bukti langsung (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Jaminan (*assurance*), Ketanggapan (*responsiveness*), dan Empati (*emphaty*).

C. Harga

Harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga pertama kalinya, karena harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Penetapan harga perusahaan perlu memperhitungkan biaya modal yang dikeluarkan dan untuk mendapatkan keuntungan untuk memasukkan biaya yang tidak terduga atau biaya lain-lain (Indra, 2019).

Indikator harga penelitian yaitu: (Setyo, 2017) harga yang ditetapkan, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan potongan harga.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013:68) pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada keluasan informasi, (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif karena penelitian ini menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat.

Pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah populasi yang berkunjung di Angkringan Silaturahmi, namun berdasarkan informasi dari pihak angkringan silaturahmi diketahui bahwa rata-rata kunjungan konsumen adalah sebanyak 335 kunjungan tiap bulannya, sehingga dapat dijadikan ukuran populasi. Maka dalam menentukan banyaknya sampel penelitian ini peneliti mengambil sampel sebesar 15% dari keseluruhan populasi sehingga sampel sebanyak 50 konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011:65).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan *random sampling* (Sugiyono, 2017:126) adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Dengan metode penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung dengan memberikan kuesioner yang berisi daftar pernyataan yang telah disusun kepada responden yaitu konsumen Angkringan Silaturahmi Ds. Mangunsari Kec. Kedungwaru Tulungagung.

Hasil Dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan kesahihan suatu instrument. Pada penelitian ini didapat bahwa semua butir soal soal dari angket yang diberikan adalah lebih dari 0,278 (t-tabel) atau dengan kata lain angket yang di berikan adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2014, hal.221) berpendapat bahwa “Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach’s Alpha* >0,60. Berikut adalah hasil dari uji reabilitas:

Tabel 1 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach’s Alpha	Keterangan
X1	0,772	Reliabel
X2	0,623	Reliabel
Y	0,786	Reliabel

Sumber: Di olah, 2021

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016, hal. 154) Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas, teknik yang digunakan yaitu uji *Kolmogrov-Smirnov*. Dimana data telah berdistribusi secara normal, karena data memiliki signifikansi sebesar $0,992 \geq 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

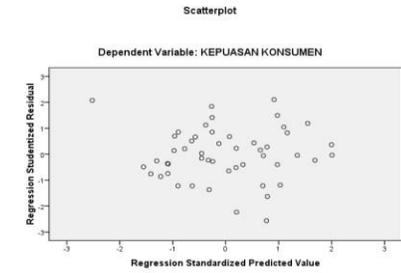
Menurut Ghozali (2013, hal. 103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independen*). Pada penelitian ini tidak terjadi

multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance yang $\geq 0,1$ yaitu sebesar 0,667 dan nilai VIF ≤ 10 yaitu sebesar 1,498.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013, hal. 134) uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya.

Gambar 1 Uji Heterokedastisitas



Dalam penelitian ini berdasarkan gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Riduwan (2011, hal.252-253) analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3),.....(Xn) dengan satu variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.837	8.756		2.608	.012
Kualitas Pelayanan (X1)	.190	.140	.211	1.357	.181
Harga (X2)	.585	.269	.538	2.171	.035

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

$Y = 22,837 + 0,190X_1 + 0,585X_2$ Berikut adalah penjelasan tabel 2 di atas:

- a. (a) merupakan konstanta yang besarnya 22,837 menyatakan bahwa jika variabel independent (kualitas pelayanan dan harga) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 22,837.
- b. (b1) merupakan koefisien regresi dari X1 sebesar 0,190 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X1 dengan asumsi variabel lain (X2) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,190.
- c. (b2) merupakan koefisien regresi dari X2 koefisien regresi 0,585 menyatakan bahwa setiap penambahan

satu satuan variabel X2 dengan asumsi variabel lain (X1) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,585.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Menurut Priyatno (2012, hal. 139) uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Diperoleh hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

- 1) Variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sig. $t > \alpha$ yaitu sebesar $0,181 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,357 < 2,011$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 2) Variabel harga (X2) kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sig. $t < \alpha$ yaitu sebesar $0,035 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,171 > 2,011$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen (X2) terhadap harga (Y)

b. Uji F (Simultan)

Menurut Priyatno (2012, hal. 137), uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F didapatkan bahwa $F_{hitung} (7,458) > F_{tabel} (4,04)$ dan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

6. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien nilai determinasi pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,209 atau sebesar 20,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 20,9% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 79,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X1 dan variabel X2 yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dengan hasil tersebut peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak terlalu mempengaruhi dalam menentukan kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen yang tidak mempunyai harapan lebih atau tidak memperdulikan kualitas pelayanan dan adanya faktor-faktor lain yang lebih dominan terhadap penentuan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk harga, bahwa harga sebuah produk sangat mempengaruhi dalam menentukan kepuasan konsumen. Harga dapat dikatakan bisa menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen, karena hal awal yang biasanya dipikirkan seorang konsumen adalah harga.

Penutup

Simpulan

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Angkringan Silaturahmi Tulungagung. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Angkringan Silaturahmi Tulungagung.

2. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Angkringan Silaturahmi Tulungagung.

Daftar Rujukan

- Arikunto, P. D. S. (2014). *Prosedur Penelitian*.
- Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Indra, D. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Bagi Kaum Millenial. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 3(1), 14–35.
- Istiatin, E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115736.
- Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2015). Konsumen pada Pt Jumbo Swalayan Manado. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–10.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Rufliansah, F. F., Hermani, A., Seno, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2018). TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang) Pendahuluan, *IX(Iv)*, 389–401.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Alfabeta, Ed.) (16th ed.). Bandung.
- Sugiyono. (2015). METODE PENELITIAN A . Jenis Penelitian B . Metode Pengumpulan Data C . Populasi dan Sampel, 27–32.
- Sulaiman, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tambahan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan PT. Trisakti Lautan Mas di Bakauheni AB. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 15–36.