

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG GOCENG YANG BERLOKASI DI JL. PONCOL KELAPA DUA DEPOK, JAWA BARAT

Ditiya Himawati

Universitas Gunadarma, ditiya@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Dengan adanya kondisi pandemi Covid 19 yang masih terjadi hingga saat ini menyebabkan semua usaha kecil dan menengah (UKM) mengalami penurunan terutama pada usaha bidang kuliner. Oleh sebab itu, banyak pelaku usaha kecil bidang kuliner membuat strategi penjualan secara online yang bekerjasama dengan ojek online (GoJek atau Grab). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warung Goceng baik secara parsial maupun simultan dan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan sampel non probabilitas. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Kualitas pelayanan paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa kualitas pelayanan Warung Goceng sudah baik dan cepat dalam melayani pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era modernisasi saat ini, pola hidup dan budaya masyarakat seringkali mengalami perubahan yang sangat cepat. Aktivitas masyarakat semakin padat sehingga masyarakat cenderung membutuhkan waktu untuk bersantai salah satunya adalah dapat menikmati aneka macam kuliner. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha kecil tertarik untuk membuka usaha kecil di bidang kuliner yang memenuhi standar dalam menyediakan menu makanan dan minuman kepada konsumen atau pelanggan. Akan tetapi saat ini usaha bidang kuliner sedang mengalami penurunan dengan adanya pandemi covid 19, sehingga sebagian besar usaha kecil bidang kuliner yang tidak bisa bertahan atau tutup usaha walaupun ada juga yang masih bertahan.

Warung Goceng merupakan salah satu usaha kecil rumahan yang unik. Dikatakan unik karena warung ini menyediakan menu makanan dan minuman dengan porsi yang minimalis sesuai dengan harga goceng yang menjadi ciri khas dari nama warung tersebut. Warung Goceng menyediakan menu makanan dan minuman yang sudah memenuhi standar yang diinginkan oleh pelanggan dimana harga murah, menu variatif, bersih dengan porsi yang minimalis. Menu makanan dan minuman variatif antara lain mie goreng, bihun goreng, kwetiaw goreng, mie aceh, nasi goreng pataya, bakso bakar, otak-otak goreng, burger, roti bakar, spaghetti, aneka juice, orange squash, milk shake dan lain-lain.

Dikarenakan semakin menjamurnya warung makan, hal ini membuat persaingan usaha warung makan cukup tinggi. Pemilik warung

makan bersaing untuk memberikan harga dan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan, agar pelanggan dapat merasa puas dan datang kembali untuk memesan produk makanan. Harga dan kualitas pelayanan yang diberikan setiap warung makan menjadi hal yang sangat penting bagi pelanggan. Menurut Swastha (2010:147) “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang bila mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya“. Harga juga dapat dikatakan sebagai alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran barang atau jasa oleh konsumen. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Menurut Goeth dan Davis seperti dikutip oleh Tjiptono (2015:115) bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Apabila pelayanan yang dirasakan melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik dan sebaliknya jika pelayanan yang dirasakan konsumen tidak melebihi dari yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan buruk dan tidak memuaskan. Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan dan harapan atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menemukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Ada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan, yaitu wujud Fisk (*Tangible*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kepedulian (*Emphaty*), Keandalan (*Reliability*), dan Jaminan (*Assurance*). Berdasarkan

uraian di atas, maka penelitian ini berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Goceng Yang Berlokasi di Jl. Poncol Kelapa Dua Depok, Jawa Barat.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Analisis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS versi 23. Skala pengukuran yang digunakan skala likert. Dalam skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala Likert mempunyai lima tingkat preferensi jawaban masing-masing dengan nilai skor 1-5 yang dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Skala Likert

Kategori	Poin
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju/Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan karena populasinya diketahui sebanyak 258.000 orang yang melakukan transaksi pembelian makanan dan minuman baik yang datang langsung untuk dibungkus maupun secara online dengan menggunakan aplikasi GoFood atau GrabFood. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 258.000 orang dan tingkat signifikansi 0,1, maka besarnya sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

Dimana; *n*: Jumlah sampel, *N*: Jumlah populasi, *E*: Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%,

$$n = \frac{258.000}{1 + 258.000 + (0.1)^2}$$

n = 99,46 dibulatkan menjadi 100.

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,46 yang dapat dibulatkan menjadi 100 responden. Dilakukan pembulatan jumlah sampel agar mudah dalam penyebaran kuesioner secara online kepada 100 responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas dapat juga diartikan untuk mengukur pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang ingin kita ukur (Ghozali, 2016). Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai hitung dengan nilai r tabel dengan ketentuan derajat bebas $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel; dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05, kriteria untuk penilaian uji validitas jika r tabel > r hitung dikatakan valid dan sebaliknya jika r tabel < r hitung dikatakan tidak valid.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah suatu instrumen merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Sugiyono, 2016).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antara variabel X terhadap Y, apakah variabel X1 dan X2 (Harga dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan), (Ghozali, 2011). Kriteria pengujian dalam uji T ini adalah t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan t

hitung > t tabel, maka H0 ditolak. Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen dan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Kriteria pengujian dalam uji F ini adalah H0 diterima jika signifikansi > 0.05 dan H0 ditolak jika signifikansi < 0.05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dijelaskan pada Tabel 2. Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa jenis kelamin pengunjung Warung Goceng didominasi oleh laki-laki karena 80% pengunjung adalah laki-laki dan sisanya adalah perempuan sebesar 20%. Hal ini berarti pelanggan laki-laki lebih banyak yang mengunjungi atau melakukan pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung di Warung Goceng. Bila dilihat dari usia bahwa pelanggan Warung Goceng sangat beragam dan lebih banyak dikunjungi dan disukai menunya oleh anak-anak muda seperti pelajar dan mahasiswa. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa usia pelanggan yang lebih banyak sering mengunjungi Warung Goceng adalah pelanggan yang berusia antara 10-15 tahun sebanyak 34 orang jika dilihat dari nilai frekuensinya tergolong pada kelompok usia muda. Hal ini dikarenakan Warung Goceng cukup nyaman, menu variatif dan harganya sangat terjangkau oleh pelajar. Sebelum adanya Pandemi Covid 19 Warung Goceng ramai dikunjungi oleh anak-anak muda untuk makan dan minum, serta dapat dijadikan tempat perayaan ulang tahun anak-anak, sedangkan saat ini sedang mengalami Covid 19 strategi penjualan Warung Goceng sementara ini diubah hanya melayani pemesanan melalui

online saja yang bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood sampai kondisi normal kembali.

Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4. Persamaan umum Regresi Linier Berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Kepuasan

Pelanggan, X1 = Harga, X2 = Kualitas Pelayanan, a= Konstanta, e = Nilai eror

Berdasarkan Tabel 4 di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,020 + 0,279X_1 + 0,781X_2 + e$$

Pada persamaan regresi linier berganda yang telah diperoleh maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) adalah sebesar -1,020 artinya jika variabel X₁ dan X₂ bernilai negatif nol (0) maka nilai Y atau kepuasan konsumen adalah sebesar -1,020.
2. Nilai X₁ atau harga adalah sebesar 0,279 artinya jika harga naik satu satuan maka nilai Y atau kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,279 dengan asumsi bahwa nilai X₂ tetap.
3. Nilai X₂ atau kualitas pelayanan adalah sebesar 0,781 artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka nilai Y atau kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,781 dengan asumsi bahwa nilai X₁ tetap.

Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada uji T, uji F dan uji koefisien determinasi. Uji T dapat dijelaskan pada Tabel 5. Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa harga mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Goceng. Harga yang menarik sangat menentukan kepuasan pelanggan yang berkunjung di warung makan tersebut. Pihak Warung Goceng sering memberikan harga paket hemat atau harga menu makanan dan minuman di

warung makan ini dengan harga yang sangat terjangkau bagi pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan kualitas pelayanan yang cepat dapat menciptakan kepuasan pelanggan baik bagi pelanggan yang membeli secara langsung maupun tidak langsung secara online ke Warung Goceng.

Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan nyaman, maka pelanggan semakin sering memesan menu makanan dan minuman di Warung Goceng. Pengelola Warung Goceng berpakaian rapih, sopan, ramah kepada pelanggan, dan cepat merespon pemesanan pelanggan menjadi nilai kepuasan bagi pelanggan yang berkunjung di Warung Goceng. Kualitas pelayanan paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Warung Goceng karena pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan baik.

Uji F digunakan untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan Warung Goceng. Untuk dapat mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya maka harus diuji signifikansinya dengan menggunakan uji f dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Warung Goceng karena nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa harga dan kualitas pelayanan sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan memberikan harga yang murah dan pelayanan yang cepat maka akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan Warung Goceng.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sebrica, Suryoko dan Apriatni (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017) menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian yang telah dilakukan oleh Umami, Rizal dan Sumartik (2019) juga mengatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena kedai warsu coffee mempunyai kualitas produk makanan dan minuma yang baik. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut dapat dikatakan sama dengan hasil penelitian ini bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan artinya harga yang menarik dan kualitas pelayanan cepat yang telah diberikan oleh Warung Goceng dapat menciptakan kepuasan pelanggan atau konsumen.

Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama, dimana:

$$0 \leq R^2 \leq V1$$

Jika R^2 semakin mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).

Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,709 atau sebesar 70,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas pelayanan sebesar 70,9% sedangkan sisanya sebesar 29,1% dapat dijelaskan dari variabel lainnya yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini. Dalam hal ini pelanggan sangat memperhatikan harga dan kualitas pelayanan di Warung Goceng. Variabel yang digunakan oleh peneliti adalah harga dan kualitas pelayanan untuk mengukur adanya pengaruh atau tidaknya terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lainnya yang bisa diteliti di dalam tema penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti bauran pemasaran yang terdiri produk, harga, lokasi dan promosi atau bisa ditambahkan dengan variabel loyalitas pelanggan jika dikaitkan dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	80	80.0	80.0	80.0
Perempuan	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10-15 tahun	34	34.0	34.0	34.0
16-20 tahun	23	23.0	23.0	57.0
21- 25 tahun	11	11.0	11.0	68.0
26 ke atas	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Tabel 4
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)		-1.020	1.357		-.751	.454
Harga		.279	.115	.254	2.440	.017
Kualitas Pelayanan		.781	.132	.616	5.922	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen. Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 5.
Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)		-1.020	1.357		-.751	.454
Harga		.279	.115	.254	2.440	.017
Kualitas Pelayanan		.781	.132	.616	5.922	.000

Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen. Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

Tabel 6.
Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.130	2	271.065	118.273	.000 ^b
	Residual	222.310	97	2.292		
	Total	764.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen. b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga. Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

Tabel 7.
Koefisien Determinasi (R²)

Model	Adjusted R			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Square	
1	.842 ^a	.709	.703	1.514

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Harga. Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan Warung Goceng. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Goceng kepada pelanggan sudah baik dan cepat. Dengan harga yang menarik ditambah menu unik dan variatif serta didukung dengan pelayanan yang cepat dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Saran yang dapat diberikan kepada pemilik Warung Goceng sebaiknya dapat terus mempertahankan harga murah dengan menu yang unik, variatif, mempunyai cita rasa sesuai dengan selera konsumen dan dapat terus meningkatkan pelayanan dengan lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi warung makan favorit yang lebih berkembang untuk ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen*. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Sebrica, Suryoko, dan Apriatni. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kampong Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*. Diponegoro Journal of Social and Politic Tahun 2014, Hal. 1-9, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen*. (2011) : *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suprayanto, Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Swastha, Basu. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. BPFE-Yogyakarta.
- Umami, Rizal dan Sumartik. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe*. Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi p-ISSN 1693-1378, e-ISSN 2598-9952, Volume 15, Nomor 2, Oktober 2019.
- Wijaya, Cynthia Violita. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu*

Rudy. AGORA Vol. 5 No. 1.
Program Manajemen Bisnis,
Universitas Kristen Petra, Surabaya.