

# **DAMPAK KUALITAS LAYANAN DAN HARGA PADA KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN KITAKITA FS)**

Liliana Dewi  
Tania Callista  
Universitas Ciputra Surabaya  
Email : [Ldewi@ciputra.ac.id](mailto:Ldewi@ciputra.ac.id), [tcallista@student.ciputra.ac.id](mailto:tcallista@student.ciputra.ac.id).

## **ABSTRAK**

KITAKITA FS merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Pergerakan industri makanan dan minuman dengan peningkatan yang sangat pesat merupakan salah satu hal yang mendorong KITAKITA FS dalam mendirikan perusahaan. Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor-faktor yang mendukung kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang mendukung kelangsungan bisnis. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen KITAKITA FS. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis linear berganda. Populasi dalam penelitian ini ialah 257 orang konsumen yang pernah datang ke KITAKITA FS sebanyak lebih dari sekali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 156 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan maupun harga KITAKITA FS yang belum memenuhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

*KITAKITA FS is a company engaged in food and beverage. The movement of the food and beverage industry with a very rapid increase is one of the things that drives KITAKITA FS in establishing a company. Service quality and price are factors that support customer satisfaction and customer satisfaction is the main factor that supports business continuity. Therefore, this study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction KITAKITA FS. This research is quantitative research. The method used in this study is multiple linear analysis. The population in this study was 257 consumers who had come to KITAKITA FS more than once. The sampling technique used in this study is simple random sampling. Data collection is done using a questionnaire distributed to 156 respondents. The results of the study show that service quality and price have a significant effect on customer satisfaction. The results of this study are used to improve service quality and prices of KITAKITA FS that have not met customer satisfaction.*

*Keywords : service quality, price, customer satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan *industry* makanan di Indonesia merupakan *industry* dengan perkembangan yang paling pesat. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyak café dan restoran-restoran baru di setiap kota di seluruh

Indonesia. Hal ini merupakan peluang besar bagi KITAKITA FS untuk membuka bisnis di bidang makanan dan minuman. KITAKITA FS merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman.

Setelah 3 tahun berdiri, KITAKITA FS melakukan survey awal guna mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Survey awal yang dibagikan berupa kuesioner yang diisi oleh 15 orang konsumen KITAKITA FS yang pernah datang lebih dari sekali. Dari total 15 responden, 2 orang memilih makanan, 2 orang masing-masing memilih minuman dan suasana, 8 orang memilih harga, dan 3 orang memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil survey awal, KITAKITA FS melakukan perbandingan dalam segi harga maupun kualitas pelayanan dengan beberapa perusahaan yang serupa. Hasil dari perbandingan ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan KITAKITA FS belum mampu bersaing pada *industry* makanan dan minuman, maka dari itu peneliti membandingkan jumlah pengunjung KITAKITA FS untuk mengetahui peningkatan jumlah pengunjung setiap bulan selama periode 2017 dan 2018. Setelah peneliti membandingkan jumlah pengunjung, dapat disimpulkan bahwa KITAKITA FS memiliki jumlah pengunjung yang bersifat fluktuatif.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan jasa yang berkualitas dengan harga murah, kepuasan konsumen yang baik kepada pelanggan, dan fasilitas yang memadai (Krisdayanto *et al.*, 2018). Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen KITAKITA FS.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (dalam Krisdayanto *et al.*, 2018) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang

harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh konsumen.

Berikut merupakan indikator kualitas pelayanan menurut Lupioyadi (2001, dalam Krisdayanto *et al.*, 2018): a) Keandalan yaitu kemampuan perusahaan memberikan kepuasan konsumen yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, b) Ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan kepuasan konsumen yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas, c) Jaminan yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen pada perusahaan, d) Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

### Harga

Menurut Limakrisna (2012:61; dalam Agustina *et al.*, 2018) harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembeli di dalam sektor publik. Apabila kualitas pelayanan dan produk tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan, maka seorang konsumen tidak akan mau membayar lebih. Berikut merupakan indikator harga menurut Kotler (2008:345; dalam Krisdayanto *et al.*, 2018): a) Keterjangkauan harga yang berarti harga dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih, b) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang berarti penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa, c) Daya saing harga menunjukkan apakah harga yang ditawarkan lebih tinggi atau dibawah rata-rata, dan d) Kesesuaian harga dengan manfaat yang berarti konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah

mengonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

#### Kepuasan Konsumen

Menurut Day (dalam Krisdayanto *et al.*, 2018) kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi antara harapan dan kinerja aktual yang dirasakan. Kesetiaan pelanggan dan kelangsungan perusahaan semuanya sangat bergantung pada tingkat kepuasan konsumen. Berikut merupakan indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2000) dalam Krisdayanto *et al.*, 2018): a) Kepuasan konsumen keseluruhan, b) Kepuasan konsumen kedalam komponen-komponennya, c) Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual jasa perusahaan, d) Minat konsumen untuk pembelian ulang, dan e) Kesiediaan konsumen merekomendasikan.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah para konsumen yang pernah datang ke KITAKITA FS lebih dari sekali yaitu sebanyak 257 orang. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan hasil perhitungan sampel sebanyak 156 responden. Metode pemilihan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling* yaitu pemilihan sampel secara acak dengan menggunakan *random number generator* pada aplikasi Google.

#### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen KITAKITA FS yang pernah datang lebih dari sekali dan diharapkan dapat mewakili jawaban para responden dengan baik dan jelas. Pengukuran variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan konsumen (Y) menggunakan Skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut: skala 1 (Sangat Tidak Setuju), skala 2 (Tidak Setuju), skala 3 (Netral), skala 4 (Setuju), skala 5 (Sangat Setuju).

## METODE PENELITIAN

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Kotler (dalam Krisdayanto <i>et al.</i> , 2018) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersiapkan.	Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2001, dalam Krisdayanto <i>et al.</i> , 2018) yaitu: a. Keandalan, yaitu kemampuan perusahaan memberikan makanan yang lezat sesuai dengan harapan konsumen, b. Ketanggapan, yaitu kemampuan untuk menjelaskan menu dengan tepat hingga konsumen mengerti, c. Jaminan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pesanan dengan tepat sesuai dengan keinginan konsumen, dan d. Empati, yaitu kemampuan untuk menerima saran dari konsumen dengan baik dan sopan.
Harga (X2)	Menurut Limakrisna (2012:61; dalam Agustina, et al., 2018) harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembeli	Indikator dari harga menurut Kotler (2008:345; dalam Krisdayanto <i>et al.</i> , 2018) yaitu: a. Keterjangkauan harga, yang berarti harga dapat dijangkau oleh semua kalangan, b. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa, yang berarti penilaian konsumen terhadap besarnya uang yang diberikan, c. Daya saing harga, menunjukkan apakah harga yang ditawarkan lebih tinggi atau dibawah rata-rata restoran

	di dalam sektor publik.	pada umumnya, dan d. Kesesuaian harga dengan manfaat, yang berarti konsumen akan merasakan puas ketika mereka merasa kenyang setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan uang yang mereka keluarkan.
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Day (dalam Krisdayanto <i>et al.</i> , 2018) kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi antara harapan dan kinerja actual yang dirasakan.	Indikator dari kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2000) dalam Krisdayanto <i>et al.</i> , 2018) yaitu: a. Kepuasan konsumen keseluruhan, yaitu harga dan pelayanan yang diterima, b. Kepuasan konsumen kedalam komponen- komponennya, yaitu makanan yang disajikan, c. Kesesuaian makanan dan pelayanan antara harapan konsumen dengan yang diberikan perusahaan, d. Minat konsumen untuk pembelian ulang, e. Kesiediaan konsumen merekomendasikan.

Sumber: Data diolah (2018)

### Validitas dan Reliabilitas

Menurut Ghazali (2009, dalam Adi *et al.*, 2018) uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Proses pengujian validitas pernyataan-pernyataan pada kuisioner dapat dilakukan dengan meninjau nilai signifikansi pada *Pearson Correlation* dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Apabila nilai *sig.*  $\leq$  0,05 maka pernyataan pada kuisioner dinyatakan valid.

Uji reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya realibilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009:44; dalam Warokka *et al.*, 2015). Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung baik berdasarkan varian skor dari setiap butir dan varian total butir ataupun melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir (Mustafa, 2009:45; dalam Warokka *et al.*, 2015). Instrumen dinyatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $\geq$  0,60.

### Metode Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji adanya variabel mediasi antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2011:99; dalam Krisdayanto, *et al.*, 2018). Rumus persamaan regresi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y: Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

X<sub>1</sub> : Variabel Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Variabel Harga

b<sub>2</sub> : Koefisien Regresi Harga

e : Residual

### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F berguna untuk mengetahui apakah beberapa variabel bebas secara serentak berpengaruh terhadap variabel terikat (Priyatno, 2014:48-49). Menurut Priyatno (2014:158) apabila F hitung  $>$  F tabel dan nilai signifikansi  $<$  0,05 maka kedua variabel bebas secara bersamaan dinyatakan mempengaruhi variabel terikat.

### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji Statistik t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi secara parsial terhadap variabel terikat (Priyatno, 2014:50-51).

Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka variabel bebas dinyatakan mempengaruhi variabel terikat (Priyatno 2014:162).

#### Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien korelasi berfungsi untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel independen dengan variabel dependen (Umar, 2014:129; dalam Rosyidawaty & Sembiring, 2018). Nilai R berkisar antara nol hingga satu (Priyatno, 2014:155). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar persentase pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat (Priyatno, 2014:56). Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 dan 1.

#### Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2014:69) uji normalitas berfungsi untuk menunjukkan apakah data memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Untuk menguji normalitas data, penelitian ini menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Menurut Priyatno (2014:78) data dinyatakan berdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi  $>$  0,05.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Apabila nilai signifikansi  $>$  0,05 maka model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyastama, 2017:125).

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara kedua variabel bebas

(Priyastama, 2017:122). Apabila nilai VIF  $<$  10 dan angka *Tolerance*  $>$  0,1 maka tidak ada multikolinieritas yang berarti model regresi dapat dinyatakan valid.

#### Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengetahui apakah ada kelinieran antara variabel X dan Y (Pramesiti, 2017:4). Untuk melakukan uji linearitas, peneliti menggunakan *test of linearity*. Priyatno (2014:79) berpendapat bahwa kedua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$ .

## HASIL

### Gambaran Objek Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 156 responden yang pernah datang ke KITAKITA FS lebih dari sekali. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan menggunakan *random number generator* pada aplikasi Google.

### Validitas dan Reliabilitas

Nilai signifikansi pada seluruh pernyataan dalam variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Harga), dan Y (Kepuasan Konsumen) ialah kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada ketiga variabel tersebut adalah valid. Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel X1 ialah sebesar 0,747, variabel X2 sebesar 0,766, dan variabel Y sebesar 0,874. Semua nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut bersifat reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut adalah persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini:

$$Y = 0,904 + 0,314 X_1 + 0,496 X_2$$

Konstanta  $a$  dengan nilai 0,904 menunjukkan besarnya pengaruh

semua variabel independen terhadap variabel dependen. Jika semua variabel bebas bernilai 0, maka nilai dari kepuasan konsumen sebesar 0,904. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,314. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan sebanyak 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,314 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap. Selain itu, dapat dilihat bahwa koefisien variabel harga adalah sebesar 0,496. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan penilaian konsumen terhadap harga sebanyak 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,496 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

#### Uji F

Nilai signifikansi Uji F lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

#### Uji t

Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Selain itu, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel harga juga kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

#### Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,776 yang berarti variabel independen memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan variabel dependen. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,597 yang berarti variabel kualitas

pelayanan dan variabel harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 59,7%.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,200. Hasil tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi secara normal.

##### Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan ialah sebesar 0,817 dan nilai signifikansi dari variabel harga ialah sebesar 0,157. Nilai signifikansi dari semua variabel independen lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

##### Uji Multikolinieritas

Semua nilai *Tolerance* dari semua variabel bebas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

##### Uji Linearitas

Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan ialah sebesar 0,00 dan nilai signifikansi dari variabel harga ialah sebesar 0,00. Semua nilai signifikansi dari variabel bebas lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki hubungan linear dengan variabel terikat.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama dalam penelitian ini ialah "Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen KITAKITA FS", berdasarkan hasil analisis data maka hipotesis diterima dan rumusan masalah yang pertama dalam penelitian ini dapat terjawab. Pada pernyataan kedua dalam variabel

kualitas pelayanan yang berbunyi “Pelayan di KITAKITA FS dapat menjelaskan menu dengan tepat kepada saya” memiliki nilai *mean* yang paling kecil (4,13) dibandingkan dengan pernyataan lainnya, hal ini berarti bahwa konsumen belum sepenuhnya setuju bahwa pelayan KITAKITA FS dapat menjelaskan menu dengan tepat. Maka dari itu, KITAKITA FS perlu melakukan upaya penjelasan mengenai informasi produk KITAKITA FS kepada para pelayan sehingga nantinya dapat menjelaskan menu dengan tepat kepada konsumen. Pernyataan keempat yang berbunyi “Menurut saya pelayan di KITAKITA FS dapat menerima saran dengan baik dan sopan” memiliki nilai *mean* yang tertinggi yaitu sebesar 4,30 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini. Selain itu, pada pernyataan ketiga yang berbunyi “Pelayan di KITAKITA FS dapat memberikan pesanan dengan tepat sesuai dengan permintaan saya” memiliki nilai standar deviasi terendah yaitu sebanyak 0,63 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua dalam penelitian ini ialah “Harga

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KITAKITA FS”, dan berdasarkan hasil analisis data maka hipotesis diterima dan rumusan masalah yang kedua dalam penelitian ini dapat terjawab. Pernyataan ketiga dalam variabel harga yang berbunyi “Saya merasa harga produk KITAKITA FS dapat bersaing dengan restoran lain” memiliki nilai *mean* yang paling kecil (3,98) dibandingkan dengan pernyataan lainnya, hal ini berarti bahwa konsumen belum sepenuhnya setuju bahwa harga produk KITAKITA FS dapat bersaing dengan restoran lain. Guna memperbaiki hal ini, KITAKITA FS perlu mendata harga produk restoran-restoran lain serta membandingkan dengan harga produk di KITAKITA FS, dan kemudian menyesuaikan dengan harga produk yang ada di pasaran sehingga nantinya harga produk KITAKITA FS dapat bersaing dengan baik. Selain itu, nilai *mean* yang dihasilkan pada pernyataan kedua yang berbunyi “Menurut saya harga produk KITAKITA FS sesuai dengan kualitas yang diberikan” cukup tinggi yaitu sebanyak 4,11 dan dengan nilai standar deviasi terendah yaitu sebanyak 0,58. Berdasarkan nilai *mean* dan standar deviasi maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 2 Implikasi Manajerial

Sebelum Penelitian	Setelah Penelitian
Konsumen merasa setuju bahwa rasa makanan yang mereka terima lezat sesuai dengan harapan mereka.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan pelayanan yang dirasa sudah cukup baik oleh konsumen.
Pelayan di KITAKITA FS kurang mampu menjelaskan informasi menu dengan tepat kepada para konsumen.	KITAKITA FS berusaha memberikan pelatihan kepada para pelayan dengan menjelaskan lebih mendalam mengenai informasi pada menu seperti harga, isi produk secara mendetail, dan sebagainya.
Konsumen merasa setuju bahwa pelayan di KITAKITA FS dapat memberikan pesanan dengan tepat sesuai dengan permintaan konsumen.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan pelayanan yang dirasa sudah cukup baik oleh konsumen.

Konsumen merasa setuju bahwa pelayan di KITAKITA FS dapat menerima saran dengan baik dan sopan.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan pelayanan yang dirasa sudah cukup baik oleh konsumen.
Konsumen merasa setuju bahwa harga produk KITAKITA FS terjangkau.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan harga yang diberikan kepada konsumen.
Konsumen merasa setuju bahwa harga produk KITAKITA FS sesuai dengan kualitas yang diberikan.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan harga yang diberikan kepada konsumen.
Konsumen tidak sepenuhnya setuju bahwa harga produk KITAKITA FS mampu bersaing dengan restoran lain.	KITAKITA FS berusaha untuk mendata, membandingkan, serta menyesuaikan harga produk KITAKITA FS dengan restoran lain sehingga dapat bersaing di industri makanan dan minuman.
Konsumen merasa setuju bahwa harga produk KITAKITA FS sebanding dengan rasa kenyang yang konsumen rasakan.	KITAKITA FS berusaha untuk mempertahankan harga yang diberikan kepada konsumen.

Sumber : data diolah

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil adalah 1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KITAKITA FS. 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KITAKITA FS.

## SARAN

Saran yang dapat diberikan pada pemilik **KITAKITA FS** yaitu KITAKITA FS perlu memberikan pelatihan kepada para pelayan secara lebih mendalam mengenai informasi apapun yang berhubungan dengan produk-produk yang ada didalam menu, tertera maupun tidak tertera. Misalnya harga, isi produk secara mendetail, durasi pembuatan, dan sebagainya. Kemudian KITAKITA FS juga perlu melakukan perbandingan harga antara produk yang dijual oleh KITAKITA FS dengan produk yang dijual oleh restoran lainnya secara rutin. Setelah melakukan perbandingan dengan beberapa restoran pesaing, KITAKITA FS sebaiknya menyesuaikan harga produk dengan harga yang beredar di pasaran sehingga harga yang diberikan KITAKITA FS dapat bersaing dengan

baik. Selain itu, KITAKITA FS juga perlu mempertahankan kualitas pelayanan maupun harga yang dirasa konsumen sudah cukup baik.

Saran kepada peneliti selanjutnya hendaknya memperluas atau menambah variabel maupun indikator lain selain kualitas pelayanan dan harga, misalnya bauran pemasaran, kualitas produk, dan sebagainya sehingga penelitian selanjutnya akan mendapatkan hasil yang lebih beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Pramesti, G. (2017). *Statistika Penelitian dengan SPSS 24*. Jakarta: PT. Elex Media Komputino.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andy.

### Jurnal

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap

- Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4).
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 255-261).
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Rosyidawaty, S., & Sembiring, J. (2018). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan di Telkomsel Regional Jawa Barat. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Warokka, C. A., Lapian, J., & Jorie, R. J. (2015). Pengaruh Eksperiental Marketing dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga pada PT. Sinar Galesong Prima Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).