
PENGARUH HARGA, KUALITAS MAKANAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTAURAN HOTEL**Oleh****Oktomi Harja^{*1}, Dyah Mustika Wardani²****¹Politeknik Pariwisata Lombok****²Universitas Bina Sarana Informatika****Email: ¹oktomi.harja@ppl.ac.id, ²Dyah.dyk@bsi.ac.id**

Article History:*Received: 21-05-2023**Revised: 13-06-2023**Accepted: 24-06-2023***Keywords:***Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Makanan, Kepuasan Pelanggan*

Abstract: *Salah satu faktor penentu daripada kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga. Perkembangan sektor pariwisata menjanjikan dan memberikan manfaat kepada banyak pihak diseluruh bidang baik pemerintahan, masyarakat maupun bidang swasta. Hal ini merupakan suatu tantangan besar bagi para pelaku bisnis untuk bersaing, berkembangnya pariwisata di lombok yakni menjamurnya bisnis kuliner.*

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana pengaruh harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel Grand Madani, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 245 orang. Penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh melalui pengambilan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Penelitian ini menekankan analisis pada data numerical yang diolah dengan metode statistik. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Makanan (X1), Kualitas Makanan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara terutama dalam bidang makanan atau yang biasa dikenal dengan istilah kuliner. Fenomena yang terjadi setelah simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sesuai F hitung sebesar 56.647 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil temuan yaitu: (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (2) harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (3) kualitas makanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (4) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia sekarang ini semakin pesat. Sektor pariwisata menjadi sentral yang menjanjikan dan memiliki kebermanfaatannya terhadap banyak pihak baik dari pemerintah, masyarakat maupun keterlibatan swasta. Seperti yang terjadi saat ini di Lombok Nusa Tenggara Barat ditambah lagi dengan adanya motor GP Mandalika yang menyebabkan banyak para investor yang tertarik untuk ikut andil berinvestasi terutama dalam membangun hotel, restoran dan lain sebagainya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang akan ke Lombok.

Hal ini merupakan suatu tantangan besar bagi para pelaku bisnis untuk bersaing, terutama dibidang makanan atau yang biasa dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya usaha bisnis dibidang kuliner dengan fasilitas yang se-jenis memadai dan juga menghasilkan produk dengan model jenis yang serupa dengan tingkat perbedaan harga dan pelayanan yang beragam pula. Dengan demikian, seluruh pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi, gaya, bentuk yang dapat menarik simpati konsumen untuk menggunakan produk, jasa, yang ditawarkan mampu bersaing serta unggul dibandingkan pesaing lainnya.

Kepuasan dikatakan oleh Zeithamil (2013:75) yang berarti respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Maka, kepuasan konsumen senantiasa menjadi nilai lebih serta menjadi suatu keniscayaan dalam perhatian disetiap perusahaan terutama yang bergerak pada bidang usaha kuliner. Saat ini banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari kenyamanan pelanggan atau konsumen dan menyusun strategi yang dapat memberikan kepuasan atas konsumennya. Menurut (Kotler & Keller, 2009) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Serupa dikemukakan oleh Abbas, (2020) kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Akan menjadi indah dan bermanfaat terhadap masing-masing perusahaan jika mendapatkan pujian dari setiap pelanggan artinya kepuasan konsumen adalah hal utama terkhusus dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan terhadap konsumen secara otomatis di kemudian hari cenderung untuk melakukan kunjungan kembali dengan cara membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan (Daryanto & Setyobudi, 2014).

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dimasa mendatang guna keberhasilan bisnis perusahaan, menjadi tolak ukur bagaimana tanggapan pelanggan yang baik terhadap masa depan bisnis perusahaan (Sofian & Assauri, 2013). Menilik kembali konsepsi atas kepuasan konsumen, maka perusahaan mampu mempertahankan keberadaan konsumen yang ada (Kotler & Keller, 2009). Hal tersebut akan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan, tidak terkecuali usaha dibidang kuliner.

Akan menjadi hal menarik jika konsep daripada kepuasan konsumen memiliki sifat dinamis (tidak tetap). Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah. Setiap kebutuhan dari keinginan dan harapan mengalami perubahan, tidak lagi memiliki pola sama dengan hari sebelumnya, begitu pula dengan tingkat kepuasan konsumen mengalami perubahan seiring perjalanan waktu, tergantung kondisi internal dan eksternal yang melekat pada konsumen itu sendiri. Kinerja suatu barang minimal memiliki kesamaan dengan yang diharapkan (Supranto, 2011).

Adapun faktor yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen menurut Daryanto & Setyobudi, (2014) di antaranya meliputi; harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, terkhusus pada bidang kuliner, sebaiknya dengan teliti memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen setelah usai mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Kebijakan penetapan harga adalah salah satu kajian penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dibidang kuliner. Menurut Kotler & Amstrong, (2012), harga diartikan sebagai sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan tertentu menggunakan produk atau jasa terkait. Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa (Saladin, 2007). Harga akan bergantung pada kebijakan setiap perusahaan dengan tetap mempertimbangkan banyak hal. Murah atau mahalnya harga suatu barang atau jasa bersifat relatif. Harga didefinisikan terjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen, (Nirwana, 2012). Sedangkan menurut Morison (2010) harga itu mengacu pada apa yang menjadi keharusan untuk diberikan konsumen saat membeli barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang.

Bagi konsumen, keterkaitan harga dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang maupun jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator terhadap kualitas suatu produk dan layanan-nya (Sofian, 2013). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai lebih melalui pemberian harga berdasarkan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain harga, sebagian kualitas produk menjadi faktor penentu suatu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Produk dengan Kualitas terbaik memiliki kemampuan untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan daripada konsumennya (Kotler & Amstrong, 2012). Harga pun berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan akan berdampak terhadap potensi keuntungan yang berkelanjutan (Van Looy, B Gemmel, 2003).

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga produk dalam memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau

buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan pelanggan tersebut (Sofian & Assauri, 2013).

Bagi perusahaan, khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner, kualitas pelayanan juga menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut Christopher et al., (2011), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen. Pelayanan yang berkualitas juga akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Fenomena yang terjadi setelah berkembangnya pariwisata di Lombok yakni menjamurnya bisnis kuliner dimana mana, terutama di sekitaran kota Mataram. Banyak bisnis kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung makan pedagang kaki lima. Bisnis kuliner berskala menengah seperti rumah makan, depot, dan cafe; sampai dengan bisnis kuliner level besar sebagai contoh salah satunya restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan jumlah gerai kian mengalami perkembangan dengan menyajikan ragam kuliner di Lombok, hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang memfokuskan jenis kuliner dalam restoran. Adapun salah satunya ialah Restoran Firdaus Hotel Grand Madani Hotel.

Grand Madani Hotel berlokasi di Mataram dengan mengusung konsep berbasis syariah. Hotel ini dikelola oleh Prasanthi Syariah yang juga mengelola sejumlah hotel ternama di Jakarta. Hotel yang dimiliki oleh H Nur Fatah Reginata tersebut baru beroperasi pada Juni 2016 lalu. Hotel ini dioperasikan dengan mengedepankan *ukhuwah Islamiyyah* dan menerapkan sistem hunian yang sesuai tuntunan syariah. Seperti luas kamar yang sesuai dengan luas kamar Nabi Muhammad SAW, yakni 19,8 meter persegi, menyediakan perlengkapan salat, Alquran, penunjuk arah kiblat, hingga keran khusus untuk berwudhu.

Keberadaan hotel ini mampu membuat pengunjung tertarik untuk mendatanginya, disamping fasilitas kamar yang disediakan terdapat juga restoran firdaus yang menjadi andalan hotel ini. Adanya restoran ini berdampak positif bagi pelestarian dan penerapan makanan halal yang tentunya tingkat *hygiene* dan sanitasinya sudah terbukti, harga yang bersahabat dan pelayanan tentunya yang berkualitas. Faktor yang sangat penting dalam pelayanan bisnis rumah makan adalah kenyamanan dan jaminan kebersihan untuk kesehatan demi kelangsungan hidupnya yaitu "higiene dan sanitasi" (kesehatan dan kebersihan), (Atmoko, 2017).

Berikut adalah tabel daftar kunjungan yang ada di restoran firdaus.

Tabel 1 Daftar jumlah pelanggan restoran firdaus tahun 2018.

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	305
2	Februari	189
3	Maret	341
4	April	250
5	Mei	423

6	Juni	321
7	Juli	315
8	Agustus	125
9	September	105
10	Oktober	107
11	Nopember	165
12	Desember	294

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat kunjungan pelanggan yang datang ke restoran dari bulan Januari hingga Desember 2018 mengalami tingkat kunjungan yang tidak stabil di setiap bulannya. Dimana hal ini disebabkan oleh banyaknya promo-promo menarik yang di tawarkan oleh restoran lain atau restaurant yang ada di Lombok pada umumnya. Selain itu terkait dengan dimana dari pihak pesaing banyak menawarkan makanan yang sama, tetapi dari bentuk maupun rasa makanan yang di sajikan hampir sama dan lebih berkualitas. Kualitas pelayanan terdiri atas lima bagian dimensi khusus yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dan kepuasan pelanggan (Suryadharma & Nurcahya, 2015). Bahkan dalam bentuk pelayanan banyak restaurant di sekitaran Lombok menawarkan pelayanan yang cepat tanggap dengan hospitality yang lebih bagus daripada pelayanan yang ada di Restaurant Firdaus Grand Madani Hotel. Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang optimal yaitu sebaiknya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ditingkatkan, dengan beberapa upaya antara lain: memberikan service kepada pelanggan dengan cepat, tanggap terhadap keluhan yang di sampaikan, memahami keinginan pelanggan, dan bersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan (Subawa & Sulistyawati, 2020).

Hal ini tentu menjadi perhatian lebih bagi pihak Restoran Firdaus Grand Madani Hotel agar mencari strategi yang lebih baik untuk menghasilkan peningkatan jumlah kunjungan pelanggan di restoran tersebut. Tingkat Kestabilan jumlah kunjungan tentu didasari dari perasaan kepuasan pelanggan ketika mendapatkan harga makanan yang sesuai dengan kebutuhan, kualitas makanan yang cocok ketika dicicipi dan kualitas pelayanan yang di sajikan cukup cepat tanggap dan mempunyai hospitality yang tinggi pada restoran. Maka Pelanggan yang merasa puas akan berdampak terhadap peningkatan jumlah pelanggan yang akan datang. Oleh karena itu peneliti mengambil kesimpulan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti memperoleh informasi bahwa di Restoran Firdaus Hotel Grand Madani, harga yang ditawarkan untuk setiap menu makanan relatif bermacam-macam tergantung menu makanan apa yang dipilih oleh pelanggan, harga dimulai dari Rp. 20.000,00 sampai Rp. 89.000,00 per item makanan. Dengan murah-nya harga makanan yang ditawarkan oleh restoran firdaus sangat membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi fakta yang ada di lapangan berbeda dengan kenyataan, terdapat keluhan dari pengunjung yang datang mengenai harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan porsi dan rasa makanan yang di dapatkan oleh pelanggan. Harga yang relatif murah tidak menjamin kepuasan pelanggan dalam menikmati menu makanan yang disediakan oleh Restoran. Hal ini tentu menjadi pertimbangan pihak

restaurant agar memaksimalkan menu makanan yang disediakan mengedepankan jumlah porsi dan cita rasa yang sesuai dengan harapan pengunjung.

Selanjutnya keluhan juga terdapat pada kualitas makanan di Restoran Firdaus peneliti memperoleh sejumlah informasi dan keterangan langsung konsumen bahwa, kualitas produk yang disediakan oleh Restoran Firdaus masih biasa saja. Sebagian konsumen mengeluhkan rasa makanan yang disajikan oleh Restoran Firdaus belum cukup memenuhi ketepatan dilihat tampak berdasarkan tampilan secara visual. Selain itu, ada pula konsumen yang merasa bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis yang sama. Terkadang makanannya terasa enak, terkadang juga rasanya hambar atau kelebihan bumbu.

Selain itu pelanggan mengeluhkan tampilan makanan yang tidak bersih dalam penyajiannya, kematangan makanan yang tidak sempurna dan terdapat rambut, lalat, semut, nyamuk dan sejenisnya. Ini tentu akan sangat berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang memakan masakan di restoran. Oleh karena itu, perlu menjadi pertimbangan dan perhatian serius bagi pihak restoran untuk mengatasi masalah tersebut sehingga pelanggan mengalami kepuasan dalam mencicipi makanan yang disediakan oleh pihak restoran.

Faktor yang terakhir yakni masalah kualitas pelayanan yang ada di Restoran Firdaus yakni terdapat pelanggan yang mengeluhkan masalah kurang direspon-nya karyawan dalam menanggapi permintaan dari pelanggan terutama masalah lamanya menu makanan yang disediakan, kekurangan informasi yang harusnya didapatkan pelanggan dari karyawan mengenai informasi tentang menu makanan. Kemudian keluhan terjadi pada saat *greeting* atau penyambutan ketika pelanggan masuk ke Restoran, Karyawan Restoran terlihat cuek dan tidak dengan sigap dan spontan melayani pelanggan yang baru datang. Hal ini tentu akan mempengaruhi kenyamanan pelanggan pada saat memasuki area restoran. Oleh sebab itu, perlu diadakan pelatihan kepada karyawan-karyawan tertentu yang belum mampu menanggapi dan melayani permintaan pelanggan dengan baik agar terwujudnya perasaan puas pelanggan bisa terpenuhi dengan maksimal. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas maka timbul keinginan untuk meneliti "Pengaruh Harga, Kualitas Makanan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Hotel"

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada hotel Kasuari. Penulis menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini merupakan penelitian kausal, karena digunakan untuk mengembangkan model penelitian yang telah ditentukan berdasarkan telaah pustaka untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi pada bab sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini menggunakan tamu restoran Firdaus Grand Madani Hotel yang terletak di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan sampel 245 orang pengunjung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Angket/kuesioner dan

dokumentasi. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis regresi berganda dan Uji model. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat adanya pengaruh harga, kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagaimana dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal (Aryani & Rosinta, 2010). Oleh Rao & Sahu (2013:39), menyebutkan kepuasan yang tinggi dari para tamu hotel dapat dilihat melalui perilaku mereka, seperti kecenderungan mereka untuk kembali menginap di hotel dan menginap di hotel dalam waktu yang lebih lama. Sementara, dari hasil uji yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel.1 hasil Uji Anova berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2251,306	3	750,435	56,647	,000 ^a
	Residual	1854,667	140	13,248		
	Total	4105,972	143			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga Makanan, Kualitas Makanan						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Pengujian pada tabel di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Data di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 56.647 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Variabel Harga Makanan (X1), Kualitas Makanan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit.

Sementara itu berdasarkan hasil dari analisis koefisien Determinasi menunjukkan kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas makanan dan kualitas pelayanan sebagaimana dilihat pada tabel. 3 berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 ^a	,548	,539	3,63973

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga Makanan, Kualitas Makanan

Hasil perhitungan *estimasi regresi* diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,539 artinya 53,9 % perubahan pada variabel dependen Kepuasan

Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen Variabel Harga Makanan (X1), Kualitas Makanan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Sedangkan sisanya sebesar 46,1 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

Adapun hasil uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur dapat digunakan lagi pada penelitian yang sejenis. Pengujian *reliabilitas* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *coefficients alpha* (*Cronbach Alpha*). Dalam penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas instrumen digunakan *tool SPSS for Windows Release 19*. Kriteria pengujian *reliabel* adalah sebagai berikut :

- 1) Alpha > 0,7 konstruk (variable) reliabel.
- 2) Alpha ≤ 0,7 konstruk (variable) tidak reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dituangkan dalam tabel 4

Tabel 4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Harga Makanan	0,675	Reliabel
Kualitas Makanan	0,651	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,676	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,693	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Hasil pengujian reliabilitas konstruk variabel-variabel harga makanan, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai alpha yang lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa konstruk variabel-variabel tersebut adalah *reliabel*.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,671	3,878		3,010	,003
Harga Makanan	,340	,054	,405	6,253	,000
Kualitas Makanan	,255	,057	,294	4,485	,000
Kualitas Pelayanan	,253	,063	,254	4,025	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh maka dibuat persamaan berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta.X_1 + \beta.X_2 + \beta.X_3$$

$$Y = 0,436 X_1 + 0,183 X_2 + 0,377 X_3$$

Persamaan linear berganda tersebut dapat disimpulkan:

- 1) Koefisien regresi menunjukkan bahwa harga makanan memiliki nilai beta sebesar positif 0,405. Hal ini menunjukkan bahwa ketika harga makanan terjangkau akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) Koefisien regresi menunjukkan bahwa kualitas makanan memiliki nilai beta positif sebesar 0.294. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas makanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 3) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan memiliki nilai beta positif sebesar 0,254. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji-t diketahui bahwa terdapat adanya pengaruh harga yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram dengan tingkat signifikan (Sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (Sig, $0,005 < 0,05$). Dari hasil data di atas menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram. Hal itu dibuktikan dengan jawaban responden terhadap variabel Harga Makanan yang rata-rata menjawab setuju dengan keterjangkauan harga dengan persentase, 44,29% sangat setuju, 47,14 % setuju dan 8,57 % tidak setuju.

Hasil ini didukung oleh penelitian Adi (2012), Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan terdapat adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid. Hasil dari uji signifikan dengan menggunakan analisis korelasi pada nilai probabilitas $0,05 \geq 0,000$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Jadi terbukti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid (Saripudin et al., 2021).

2. Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,294 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas makanan yang terdiri dari Warna, Penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa secara simultan dan parsial terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas makanan yang disajikan oleh Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram, maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.

Fiani & Japariato (2012), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan hal fundamental dalam memutuskan pembelian, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan

sebagai dasar strategi pemasaran. Kualitas Makanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini berdasarkan karakteristik dari makanan yang dapat direspon baik oleh konsumen, dalam hal ini mencakup ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur dan rasa (Lidya et al., 2021).

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan suatu instansi dalam hal ini hotel disebabkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan (Normasari, 2013). Kepuasan pelanggan hampir sama dengan Kualitas pelayanan bahwa kepuasan pelanggan pada PT Primajasa Perdana raya utama Bandung adalah baik. karena responden memberikan penilaian yang positif, yakni beberapa indikator yang disetujui antara lain yaitu mengenai tanggapan kualitas pelayanan, tanggapan tentang sikap, tanggapan tentang mutu kerja, tanggapan ketepatan waktu (Riyani et al., 2021). Sejalan dengan Abdul Gofur (2019) dikatakan bahwasanya kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Senada oleh Bei dan Chiao dalam Malik et al., (2012), menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung dengan pelanggan tetap yang memiliki perantara daripada kepuasan pelanggan.

Dari penelitian terdahulu tersebut maka penelitian ini menunjukkan dan merujuk pada koefisien beta positif sebesar 0,254 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. maka dapat dimengerti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sesuai dari hasil analisis sebelumnya diatas, maka dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis menggunakan uji F, menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel independent yaitu Harga Makanan, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian ini. Dalam pengaruh secara simultan dihasilkan koefisien nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,539 artinya 53,9% perubahan pada variabel dependen. Kepuasan Pelanggan dari data yang ada menunjukkan variabel independen yaitu Harga Makanan, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang cukup erat terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram. Sebagaimana dikatakan oleh Atmoko (2017) Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun rumah makan akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan

pelanggan. Koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 53,9% dari data yang ada menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Layanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram, sedangkan sisanya sebesar 46,1 % dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Thungasal & Siagian (2019) menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (2) harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan; (4) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan; (5) harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Dari ke tiga variabel, harga adalah variabel yang paling berpengaruh dibanding variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan dengan nilai koefisien batas sebesar 0,405, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi harga adalah keterjangkauan harga dimana konsumen Restaurant Firdaus didominasi oleh konsumen domestik dan lokal. Hasil ini tentu akan sangat baik bagi pihak pengelola untuk memperbaiki kualitas makanan dan pelayanan agar ke depan konsumen tidak hanya memandang murah tapi kualitas yang harus menjadi prioritas dalam memilih Restaurant.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dengan demikian diketahui kesimpulan melingkupi hal sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Mataram.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas Makanan terhadap Kepuasan pelanggan di Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Mataram
3. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Mataram
4. Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana harga merupakan variabel yang berpengaruh paling besar.

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut: (1) Diharapkan pihak Restaurant Firdaus Hotel Grand Madani Kota Mataram dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah dimilikinya saat ini. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka tamu pelanggan akan puas saat menginap sehingga dapat meningkatkan citra positif di mata tamu pelanggan dan pada akhirnya akan tercipta loyalitas pelanggan, (2) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek sejenis, disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel, atau meneliti variabel - variabel lainnya yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abbas, F. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 242. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3797>
- [2] Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- [3] Adi, A. F. R. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Semarang*, 1(3), 61.
- [4] Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- [5] Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 1–9. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/barometer/article/view/905>
- [6] Christopher, L., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa* (7th ed.). Erlangga.
- [7] Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Pelanggan dan Pelayanan Prima*. Gaya Media.
- [8] Fiani, M., & Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- [9] Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 3). Universitas Diponegoro.
- [10] Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- [11] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- [12] Lidya, W. A., D, M. J. D., & Hendra, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Emba*, 9(3), 1277–1285. <file:///C:/Users/Lenovo/OneDrive/Documents/BUKU PDF MENDELAY/35512-75119-1-SM.pdf>
- [13] Malik, Fozia, Yaqoob, Sara, Aslam, & Samih, A. (2012). The Impact of Price Perception, Service Quality, and Brand Image on Costumer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan). *Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5).
- [14] Morison. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- [15] Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Alta.
- [16] Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–9.
- [17] Rao, P. S., & Sahu, P. C. S. (2013). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 18(5), 39–44. www.iosrjournals.org
- [18] Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- [19] Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Linda Karya.
- [20] Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan

-
- Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>
- [21] Sofian, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- [22] Sofian, & Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- [23] Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- [24] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- [25] Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan*. PT Rineka Cipta.
- [26] Suryadharma, I. W. W., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4), 930–942.
- [27] Thungasal, C., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1), 287133.
- [28] Van Looy, B Gemmel, V. D. (2003). *Service management: an integrated approach*. Pearson Education.
- [29] Zeithamil, V. A. (2013). *Service Marketing*. McGraw.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN