

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI RUMAH MAKAN PONDOK BOGA)**

Oleh:

¹Zulkurniawati Kaimuddin, ²M. Askari Zakariah, ³M. Zakariah^{1,2,3}Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolakakurnia1111002@gmail.comaskari@usimar.ac.id**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Boga, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pondok Boga, untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Pondok Boga. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Dengan metode Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas dan Uji Linearitas, Uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*). Hasil uji yang telah dilakukan, bahwa terdapat pengaruh Harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel X_1 (Harga), X_2 (Kualitas Pelayanan), mempengaruhi secara langsung variabel Y (Kepuasan Pelanggan), sebesar 50% sedangkan 50% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era modern, perkembangan dunia usaha, khususnya sektor kuliner, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif guna mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama dalam bisnis kuliner adalah kemampuan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penetapan harga yang sesuai serta penyediaan kualitas pelayanan yang optimal.

Dalam perspektif Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga harus memperhatikan aspek kehalalan dan kebaikan (halalan thayyiban). Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2) : 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١﴾

Terjemahannya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. QS. Al-Baqarah (2) : 168.¹

Sehubungan dengan ayat di atas, M. Quraish Shihab dalam tafsir Al-Mishbah menjelaskan bahwa:

Makanan halal adalah makanan yang tidak haram, yakni memakannya tidak dilarang oleh agamanya. Makanan haram ada dua macam yaitu yang haram karena zatnya seperti babi, bangkai, dan darah dan yang haram karena sesuatu bukan dari zatnya, seperti makanan yang tidak diizinkan oleh pemiliknya untuk dimakan atau digunakan. Makanan yang halal adalah yang bukan termasuk kedua macam ini. Makanan atau aktivitas yang berkaitan dengan jasmani, seringkali digunakan setan untuk memperdaya manusia, karena itu lanjutan ayat ini mengingatkan. *Dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan.*²

Persaingan bisnis kuliner yang semakin meningkat di Kabupaten Kolaka mendorong setiap pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih mendalam. Harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator keberhasilan suatu usaha karena berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis.

Rumah Makan Pondok Boga merupakan salah satu usaha kuliner yang beroperasi di Kabupaten Kolaka sejak tahun 2013. Seiring perkembangan usaha, Rumah Makan Pondok Boga terus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan harga yang kompetitif guna memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu,

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Al-Qur’an dan Terjemahannya*”, (Edisi 2002: Jakarta: Cv. Pustaka Agama Harapan, 2002), hlm. 32.

² M. Quraish Shihab, “*Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keresasian Al-Quran*”, (Cet II; Jakarta: Lentera Hati, 2009), hlm. 456-457.

penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pondok Boga.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini calon peneliti menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi. Penelitian korelasi menggambarkan sejauh mana dua atau lebih variabel kuantitatif terkait, dan hal itu dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Pondok Boga adalah bisnis kuliner yang didirikan oleh pasangan suami istri bapak Hadi Harianto dan ibu Mufida. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2013 dengan ukuran tempat usaha 5 x 8 meter yang berlokasi di Jl. Dr. Sutomo No. 27, Kolaka, Sulawesi Tenggara. Berkat konsistensi pemilik dan stabilitas pemasaran, Rumah Makan Pondok Boga kini memiliki satu cabang lain dengan nama yang berbeda yaitu Rumah Makan Kang Hadi yang terletak di Km. 23, Mowewe, Kolaka Timur, Sulawesi Tenggara. Rumah Makan Pondok Boga sudah dikenal luas, terbukti dari banyaknya pengunjung yang datang. Perkembangan Rumah Makan Pondok Boga juga terlihat dari ukuran tempat usaha yang semakin meluas yaitu 10 x 20 meter, serta jumlah menu yang sangat bervariasi dan fasilitas yang disediakan. Selain itu, Rumah Makan Pondok Boga sering dijadikan pilihan untuk acara makan ibu-ibu arisan.

Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

Variabel Harga (X_1)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
$X_{1.1}$	0,636	0,1743	Valid
$X_{1.2}$	0,735	0,1743	Valid
$X_{1.3}$	0,748	0,1743	Valid
$X_{1.4}$	0,729	0,1743	Valid
$X_{1.5}$	0,710	0,1743	Valid
$X_{1.6}$	0,559	0,1743	Valid
$X_{1.7}$	0,666	0,1743	Valid

Berdasarkan penyajian tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dalam artian seluruh nilai pada r_{hitung} lebih besar dari nilai 0,1743 maka dapat disimpulkan, instrumen pernyataan dapat mewakili variabel Harga (X_1) serta dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	r hitung	r tabel	Keterangan
$X_{2,1}$	0,352	0,1743	Valid
$X_{2,2}$	0,655	0,1743	Valid
$X_{2,3}$	0,772	0,1743	Valid
$X_{2,4}$	0,702	0,1743	Valid
$X_{2,5}$	0,753	0,1743	Valid
$X_{2,6}$	0,732	0,1743	Valid
$X_{2,7}$	0,755	0,1743	Valid
$X_{2,8}$	0,748	0,1743	Valid
$X_{2,9}$	0,669	0,1743	Valid
$X_{2,10}$	0,581	0,1743	Valid
$X_{2,11}$	0,655	0,1743	Valid
$X_{2,12}$	0,748	0,1743	Valid
$X_{2,13}$	0,755	0,1743	Valid
$X_{2,14}$	0,686	0,1743	Valid
$X_{2,15}$	0,672	0,1743	Valid

Hasil pengolahan data uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, menampilkan bahwa variabel tersebut mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,1743 atau nilai r_{tabel} maka dapat disimpulkan variabel tersebut valid.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel Kepuasan Pelanggan Y	r hitung	r tabel	Keterangan
Y_1	0,640	0,1743	Valid
Y_2	0,770	0,1743	Valid
Y_3	0,739	0,1743	Valid
Y_4	0,778	0,1743	Valid
Y_5	0,726	0,1743	Valid

Pada hasil uji tersebut telah melampirkan variabel kepuasan pelanggan terhadap nilai hasil tes kuesioner pada 127 responden menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bermakna instrumen dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Harga (X_1)	0,804	7	Reable
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,919	15	Reable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,877	5	Reable

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap variabel X_1 X_2 dan Y, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach alpha lebih dari 70% atau 0,70 dimana dalam ketentuan uji reliabilitas hal tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen dikatakan *reliable*.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43017557
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.091
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

pada penelitian ini, terdapat 127 observasi uji *Kolmogorov-Smirnov*. karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05, menunjukkan bahwa distribusi variabel tersebut memiliki nilai sebesar 0,011 yang menunjukkan bahwa distribusi nilai tersebut normal.

UJI LINEARITAS

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	783.294	19	41.226	6.043	.000
		Linearity	662.422	1	662.422	97.104	.000
		Deviation from Linearity	120.872	18	6.715	.984	.483
	Within Groups		729.934	107	6.822		
Total			1513.228	126			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Harga	.662	.438	.719	.518

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	891.095	38	23.450	3.317	.000
		Linearity	647.653	1	647.653	91.610	.000
		Deviation from Linearity	243.442	37	6.580	.931	.587
	Within Groups		622.133	88	7.070		
Total			1513.228	126			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	.654	.428	.767	.589

Diketahui bahwa nilai signifikansinya lebih dari 0,05, menunjukkan bahwa distribusi variabel tersebut memiliki nilai sebesar 0,483 dan 0,587 yang memiliki arti bahwa distribusi nilai linearitas searah.

UJI PARSIAL (t)

a. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.428	1.507		3.602	.000
	Harga	.559	.057	.662	9.865	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diketahui perolehan nilai sig t pada variabel Harga yakni 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau dapat ditulis $0,001 < 0,05$. Jika melihat dari ketentuan lainnya yakni dengan melihat t_{hitung} dari variabel Harga yakni sebesar 9,865 sedangkan nilai dari t_{tabel} dengan menggunakan taraf kesalahan 5% atau 0,050 yakni 1,979 atau dapat ditulis $9,865 > 1,979$. Jadi, Kesimpulan dari nilai tersebut yakni terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.005	1.376		5.091	.000
	Kualitas Pelayanan	.233	.024	.654	9.671	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Perolehan nilai sig t variabel Kualitas Pelayanan yakni $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t_{hitung} sebesar $9,671 > 1,979$. Indikasi dari perolehan tersebut yakni terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

UJI SIMULTAN (f)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	769.103	2	384.552	64.081	.000 ^b
	Residual	744.125	124	6.001		
	Total	1513.228	126			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

diperoleh nilai Sig F yaitu 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 atau dapat ditulis $0,000 < 0,05$, kemudian nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$. Kemudian nilai f_{hitung} 64,081 sedangkan nilai f_{tabel} 3,07, jadi dapat ditulis $f_{hitung} > f_{tabel}$. Secara keseluruhan dari hasil tersebut dapat diterapkan bahwa variabel X_1 dan X_2 secara serempak berpengaruh terhadap variabel Y.

KOEFISIEN DETERMINASI (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.500	2.450

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

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,500 atau 50% variasi pada variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) mampu diterangkan oleh variabel independen (Harga) dan (Kualitas Pelayanan), sedangkan sisanya sebesar 0,500 atau 50% diterangkan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Kesimpulannya berarti bahwa variabel X_i (Harga), X_2 (Kualitas Pelayanan), mempengaruhi secara langsung variabel Y (Kepuasan Pelanggan), sebesar 50% sedangkan 50% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembuatan Kesimpulan dan Rekapitulasi hipotesis.

$X \beta Y$ = Karena nilai X_i (Harga) $0,000 < 0,05$ maka X berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Y.

$X \beta Y$ Karena nilai X_2 (Kualitas Pelayanan) $0,000 < 0,05$ maka X berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Y.

Berikut adalah rekapitulasi pengujian hipotesis :

Rekapitulasi hipotesis

	Hipotesis	Hasil Uji
H_{a1}	Diduga Harga memiliki pengaruh rumah makan pondok boga positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pondok Boga.	Diterima
H_{a2}	Diduga Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh rumah makan pondok bogauh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pondok Boga	Diterima

KESIMPULAN

Penelitian ini didasarkan pada pengolahan data dan berbagai uji yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Rumah Makan Pondok Boga) memberikan informasi yang berguna untuk menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variabel Harga (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). hal ini berdasarkan pengolahan data terhadap SPSS 26 yang menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,865 > 1,979$.
2. Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). hasil berdasarkan pengolahan data terhadap SPSS 26 yang diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,671 > 1,979$.
3. Terdapat pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $64,081 > 3,07$.

DAFTAR PUSTAKA

- Nashirun. (2020). Makanan Halal dan Haram Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV Pustaka Agama Harapan.
- Shihab, M. Q. (2009). *Al- Misbah: Pesan, Kesan, Keresasian Al-Quran*. Jakarta: Lentera Hati.
- Hasanah, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Ola Amuntai. *Jurnal Inovatif*.
- Rohwiyati, & Sulistya. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madani*.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Jurnal Productivity*.
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Surakarta: Tahta Media.
- Nawawi, H. (1991). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press.
- Suryani, A.I., K, S., & Mursalam, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Metode Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Murid Kelas V SDN No. 166 Inpres Bontorita Kabupaten Takalar. *Jurnal Kajian Pendidikan Dasar*.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. Jawa Timur: Klik Media.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada CV Jaya Anugrah. *Jurnal Business Management*.