



Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada DJ Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

Syafriana^{1*}, Salfadri², Delvianti³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

³Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

*Corresponding Author: Syafriana

Abstract: *This study aims to examine and analyze the effect of service quality, facilities and prices on consumer satisfaction at Dj Caffe Mentawai Islands Regency partially and simultaneously. Where the independent variables are services, facilities and prices. The dependent variable is customer satisfaction. This study uses the classic assumption test which consists of normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test and multiple regression test, t test and F test. The results of the service quality research have a significant effect on consumer satisfaction at Dj Caffe Mentawai Islands Regency, facilities have a significant effect on satisfaction consumers at Dj Caffe Mentawai Islands Regency, price has a significant effect on consumer satisfaction at Dj Caffe Mentawai Islands Regency and service quality, facilities and prices have a significant effect on consumer satisfaction at Dj Caffe Mentawai Islands Regency*

Keywords: *Quality of Service, Price Facilities and Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai secara parsial dan simultan. Dimana Variabel independen Adalah pelayanan, fasilitas dan harga Variabel Dependen Adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan Uji Regresi Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil dari Penelitian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai dan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas Harga Dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu prioritas utama dalam pemasaran karena sebagai penentu penjualan berulang yang signifikan, kata-kata positif dari mulut ke mulut akan membuat pelanggan di kedai kopi semakin meminatinya. Dengan tambahan gambar atau desain interior kedai, kualitas pelayanan, kualitas makanan dan minuman, variasi menu, kebersihan, penampilan profesional karyawan dapat berfungsi sebagai tanda kualitas kedai untuk menarik niat beli konsumen. Menurut Kloter dan Keller (2017:177) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan” Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Salah faktor kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal penting dalam kepuasan konsumen terutama di Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2014 : 177). Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan minat konsumen untuk datang ke Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen biasanya menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan Menurut Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen yaitu Bukti fisik seperti Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai memiliki pembayaran yang modern, Area Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai terjaga kebersihannya selanjutnya peralatan yang digunakan Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai lengkap. Indikator keandalan seperti keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai pada saat anda membayar dan Karyawan Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai memberikan layanan yang baik dari awal hingga akhir. Indikator Ketanggapan seperti ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai memiliki waktu luang untuk membantu anda dan Karyawan Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh. Indikator jaminan seperti Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai menyediakan pelayanan yang nyaman dan keramahan karyawan dalam berkomunikasi pada konsumen dan indikator empati seperti Pemahaman karyawan akan kebutuhan pelanggan saat di Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai dan kesungguhan Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai dalam memenuhi kepentingan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai**

Rumusan Masalah

1. Indikator manakah yang dominan dari kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai?
3. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai?

4. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai?
5. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Dj *Caffe* Kabupaten Kepulauan Mentawai?

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan secara ruang lingkup sempit dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Sopiah dan Sangadji (2013:183), teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi. Menurut Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Tjiptono, (2014). Kepuasan adalah tanggapan atau perasaan konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang konsumen rasakan dengan harapan konsumen.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:67) Indikator –indikator dalam kepuasan konsumen adalah:

- a. Kepuasan konsumen keseluruhan (*overall customer satisfaction*)
Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang bersangkutan dengan membandingkan harapan konsumen dengan kinerja produk atau jasa yang diterima.
- b. Minat pemakaian ulang (*repurchase intent*)
Apabila konsumen puas akan pelayanan, maka mereka akan terus memakai jasa dan membeli produk perusahaan tersebut.
- c. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness recomend*)
Apabila mereka puas akan pelayanan, maka mereka akan memberitahukan dan membujuk orang lain untuk ikut menggunakan jasa dan membeli produk dari perusahaan tersebut.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut Sinambela (2014:5), pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan Menurut Mauludin (2013:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka

kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2014:144), terdapat lima indikator kualitas pelayanan jasa yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Bukti fisik (*tangibility*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya dalam pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain- lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, membiarkan konsumen menunggu persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu peroperasian yang nyaman.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2007, h.143- 145), jasa bersifat *intangible*, karenanya konsumen seringkali mengandalkan *tangible cues* atau *physical evidence* dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya dan setelah dikonsumsi. *Physical evidence* mencakup fasilitas fisik (*service scape*) dan elemen- elemen *tangible* lainnya, yang membantu konsumen memahami dan mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*.

Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:92) adalah:

1. Pertimbangan / Perencanaan Spasial
Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya
2. Perencanaan Ruangan
Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. Perlengkapan/Perabotan
Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berbiaya berukuran kecil, sebagai barang pajangan,

sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4. Tata Cahaya
Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan.
5. Warna
Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Basu Swasta (2010), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141), harga adalah sesuatu yang jumlah yang dinilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Kotler dan Keller (2016:67) mengatakan harga merupakan sejumlah uangnya dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.

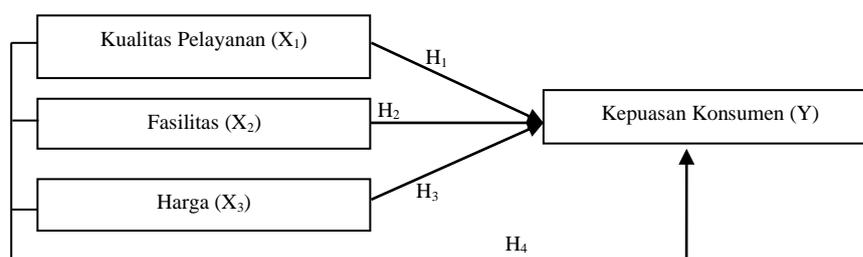
Indikator Harga

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:142) adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga Merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya agar dapat memenuhi keinginannya akan suatu produk
2. Kesesuaian harga
Kualitas produk yang diperoleh sebanding atau lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan
3. Daya saing harga Kemampuan perusahaan dalam menentukan harga yang dapat bersaing dengan harga produk yang lain yang ada dipasaran
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual ini peneliti menggambarkan bagaimana proses penelitian yang akan dilaksanakan, seperti tergambar sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H₁ Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
- H₂ Diduga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
- H₃ Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
- H₄ Diduga kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:14) yang dimaksud dengan metode pengumpulan data adalah sebagai berikut

1. Riset Lapangan (*field research*)
Yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi penelitian dengan maksud memperoleh data dan informasi melalui observasi dan kuesioner
2. Riset Kepustakaan (*library research*)
Yaitu upaya untuk memperoleh data yang dilakukan oleh penulis melalui buku-buku sebagai landasan teori dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket dalam melakukan penelitian dalam proses pengumpulan data.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2018:80) Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai jumlah konsumen 10.837 Orang Tahun 2020.

2. Sampel

Dengan demikian sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai. Penelitian ini menggunakan *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 responden. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental/Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono, (2016;124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dilakukan dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer menggunakan alat ukur kuesioner (Sugiyono, 2017:198-199).

Sugiyono (2017:200) menambahkan bahwa instrumen penelitian yang baik adalah alat ukur yang digunakan telah "*Valid*", yaitu mengukur apa yang hendak di ukur (ketepatan) dan

“Reliabel”, dimana alat ukur yang digunakan dapat menghasilkan data yang sama (konsisten).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Danang Sunyoto (2016:92) menjelaskan uji normalitas sebagai berikut: "Selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, di mana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali".

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Imam Ghazali, 2013:105). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance \geq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2013: 139) ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas, yaitu: "Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah *distudentized*. Homoskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

Metode Analisis Data

Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisa regresi linear berganda, dan koefisien determinasi (Agussalim manguluang, 2015:82), bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menurut Imam Ghazali (2018:97) adalah sebagai berikut: “Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.”

Metode Pengujian Hipotesis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik yaitu uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017:147).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	,189 ^c	100	signifikansi
------------------------	-------------------	-----	--------------

Dari tabel didapatkan nilai residual sebesar 0,189 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 100 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal. Pada penelitian dengan judul analisis kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualiatas pelayanan	,979	1,021
Fasilitas	,234	6,871
Harga	,338	5,987

Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	t	Sig.
(Constant)	,283	,779
Kualiatas pelayanan	-1,156	,258
Fasilitas	1,149	,261
Harga	-,475	,639

Kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas sehinga penelitian dapat dilanjutkan. Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa variabel-variabel dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisa Kuantitatif

a. Analisa Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Regresi Linear Berganda

	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	8,677	7,799
Kualiatas pelayanan	,480	,058
Fasilitas	,463	,238
Harga	,744	,353

Berdasarkan tabel dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,677 + 0,480X_1 + 0,467X_2 + 0,744X_3 + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 8,677 artinya jika tidak ada kualitas pelayanan, fasilitas dan harga ($X_1, X_2, X_3 = 0$) maka nilai kepuasan konsumen akan naik sebesar konstanta yaitu 8,677 satuan.
2. Koefisien kualitas pelayanan 0,480, koefisien bernilai positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,480 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
3. Koefisien fasilitas 0,463, koefisien bernilai positif artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika fasilitas naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,463 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
4. Koefisien harga 0,744, koefisien bernilai positif artinya harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika harga naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,744 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

b. Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,962a	,926	,924	2,97031

- a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan, Fasilitas
 b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,924. Hal ini berarti kontribusi kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 92,40% sedangkan sisanya 8,60% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

	t	Sig.
(Constant)	1,112	,269
Kualitas pelayanan	4,344	,000
Fasilitas	2,943	,005
Harga	6,107	,000

Berdasar tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung (4,344) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₁ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

1. Variabel fasilitas memiliki t hitung (2,943) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,005 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₂ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
2. Variabel harga memiliki t hitung (6,107) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₃ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

Uji F

**Tabel 7. Tabel Uji-F
ANOVA^a**

Mean Square	F	Sig.
553,223	24,512	,000 ^b
22,570		

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualiatas pelayanan, Fasilitas

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung $24,512 > F$ tabel sebesar 2,70 (lihat lampiran tabel F) dan nilai signifikan $0,000^b < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai *Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung (4,344) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
2. Variabel fasilitas memiliki t hitung (2,943) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
3. Variabel harga memiliki t hitung (6,107) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
4. Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung $24,512 > F$ tabel sebesar 2,70 (lihat lampiran tabel F) dan nilai signifikan $0,000^b < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

Saran- Saran

1. Diharapkan Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai dimana yang akan datang dapat terus mempertahankan, mengendalikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya menjadi lebih baik lagi.
2. Diharapkan Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai melakukan beberapa metode pengendalian kualitas pelayanan yang diantaranya, yaitu: Memberikan pelatihan secara berkala terhadap karyawan, melakukan survei terhadap keinginan tamu, melakukan perekrutan karyawan dengan benar dan tepat.
3. Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai harus memperhatikan variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai
4. Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai harus dapat menetapkan harga menunya yang

- lebih di sesuaikan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang di berikan karena harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan seorang mendapat kepuasan konsumen
5. Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai harus memberikan fasilitas yang memadai bagi konsumen
 6. Bagi peneliti selanjutnya dengan fokus penelitian kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Penelitian yang telah dilakukan ini dapat dijadikan sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan, tanpa melupakan unsur nilai keahliannya, dalam penelitian dibidang Ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen Dj Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai

REFERENSI

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).Yogyakarta.
- Alma, Buchari.2012. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ii. Satu Nusa. Bandung
- Fandy Tjiptono, Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta.Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam)*.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2012.*Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Keegan, Warren J. dan Green C. Mark. 2013. *Global Marketing 7 thed*. Edinburgh, England: Pearson Education
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2014. *Principle of Marketing . 14 Edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip.2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3.Jakarta: Salemba.
- Mursid, M, Drs. 2014. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Cetakan kedua belas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran .In Media*: Bogor.
- Sutisna, 2012, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Edisikedua,. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Swastha,Basu. 2010.*Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.

Yendra, Yedo. salfadri, and yulistia "Analisa Pengaruh Biaya Pengobatan, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Inderapura Kabupaten Pesisir Selatan." *Matua Jurnal* 3.1 (2021): 35-44