

The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction At Tony's New York Pizza

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tony's New York Pizza

**Karolina Ina Kaka¹, Natalia Sri Endah Kurniawati^{2*}, Jatmiko Wahyu
Nugroho Joshua³**

^{1,2,3}D3 Manajemen Pemasaran Digital, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

nataliasri@undhirabali.ac.id

085792417476

Article info

Keywords:

*Service Quality,
Price, Customer
Satisfaction, Service
Marketing, Customer
Loyalty*

Abstract

Factors determining customer satisfaction include Service Quality and Price. The problem in this study is whether service quality and price affect customer satisfaction at Tony's New York Pizza. This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Tony's New York Pizza restaurant. The location of this research is Jalan Bumbak No.110B, Kerobokan, North Kuta, Badung, Bali. The independent variables in this research are quality and price while the dependent variable is customer satisfaction. This research uses quantitative methods. The method of collecting data are documentation, questionnaires and observation. The sampling technique used was purposive sampling technique as many as 106 respondents. The data analysis technique used is the Multiple Linear Regression test. Based on the research results, it is known that: (1) Service Quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0,229 with a significant level of 0.000. (2) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.506 with a significant level of 0.000. (3) Service quality and price have a significant positive effect with a significant level of 0.000. The influence of service quality and price on customer satisfaction is 90.4%.

Kata kunci:

Kualitas layanan,
Harga, Kepuasan
pelanggan,
Pemasaran jasa,
Loyalitas pelanggan

Abstrak

Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah Kualitas Pelayanan dan Harga. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Tony's New York Pizza. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Layanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan di restaurant Tony's New York Pizza. Lokasi penelitian ini adalah Jl. Bumbak No.110B, Kerobokan, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas dan harga sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, kuesioner dan observasi. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Purposive sampling sebanyak 106 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,229 dengan tingkat signifikan 0,000. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,506 dengan tingkat signifikan 0,000. (3) Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh positif signifikan dengan tingkat signifikan 0,000. Besarnya pengaruh kualitas layanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 90,4%.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dunia usaha semakin berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner, banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi yang demikian, pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar usaha kuliner yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami dan mempertahankan kebutuhan dan keinginan pelanggannya, dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Faktor keberhasilan suatu usaha di tengah iklim persaingan yang begitu ketat adalah dengan perhatian terhadap konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan, itu sebabnya, memberikan sesuatu yang berharga dan memberikan kepuasan dengan kemampuan yang sesuai dengan produk yang ditawarkan dan kualitas produk merupakan tuntutan sebuah perusahaan. Untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan pelanggan, menghindari berpindahnya konsumen, dan menciptakan keunggulan kompetitif maka menciptakan kualitas layanan yang baik menjadi kunci sukses sebuah organisasi, karena kepuasan pelanggan ada pada perusahaan yang mengutamakan kualitas layanan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut (Kotler dan Keller, 2007) Kepuasan pelanggan adalah hasil dari sejauh mana produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi atau bahkan melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan.

Ini melibatkan berbagai macam faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, pengalaman pelanggan, interaksi dengan staf atau pelayan, kecepatan layanan, harga yang adil, dan kemudahan penggunaan. Penting untuk memahami bahwa kepuasan pelanggan bukanlah sesuatu yang statis, itu adalah proses berkelanjutan yang memerlukan pemantauan, evaluasi, dan perbaikan terus-menerus untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas dan terus kembali lagi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, harga yang tidak sesuai dapat berpotensi mengakibatkan risiko finansial serius bagi perusahaan, bahkan hingga menghadapi kemungkinan omset perusahaan akan menurun. Oleh karena itu, menjadi imperatif bagi perusahaan untuk memastikan bahwa kebijakan penetapan harga mereka sejalan dengan kondisi perekonomian konsumen, memungkinkan konsumen untuk dapat dengan mudah membeli barang atau layanan yang ditawarkan (Widyantara et al., 2019).

Ketika calon pembeli mempertimbangkan keputusan pembelian, faktor krusial yang menjadi bahan pertimbangan adalah harga. Karena persepsi konsumen mengenai produk di pengaruhi oleh harga suatu produk, untuk membangun nilai-nilai tertentu pelanggan harus memiliki pengalaman suatu produk atau jasa yang ditawarkan karena merupakan bagian dari faktor penentu kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik dapat memenuhi harapan pelanggan serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaing yang ada.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. (Margaretha, 2004). Menurut Parasuraman et al., pada Ardana, (2023) mengukur sejauh mana harapan pelanggan tentang kualitas layanan sebelum konsumsi dikonfirmasi atau sebaliknya oleh persepsi aktual mereka tentang pengalaman, hal ini bergantung pada lima prinsip yang mewakili yaitu wujud, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang bersama-sama mengukur kualitas layanan.

Restoran Tony's New York Pizza merupakan salah satu restaurant yang terletak di Jl. Bumbak No.110B, Kerobokan, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung. Pemilik dari restaurant Tony's New York Pizza ini adalah Anthony Leone, yang mana beliau merupakan orang yang berasal dari New York. Anthony Leone mendirikan restaurant ini dengan tujuan agar orang luar yang berwisata ke Bali dapat menikmati makanan yang merupakan kebiasaan mereka di New York.

Restaurant ini didedikasikan untuk orang yang berwisata ke Bali dan untuk target pasar dari restaurant tersebut adalah orang mancanegara. Restoran ini menjual berbagai jenis Pizza dan minuman. Harga yang ditawarkan oleh Restoran juga terjangkau oleh konsumen. Menu makanan dan minuman juga beragam. Berikut ini adalah menu utama dari sekian banyak menu yang tersedia di Restaurant Tony's New York Pizza.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh parsial signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Tony's New York Pizza?
2. Apakah Harga berpengaruh parsial signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan di Restaurant Tony's New York Pizza?
3. Apakah Kualitas Layanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Restaurant Tony's New York Pizza.

METODE

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Bumbak No.110B, Kerobokan, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali 80361, Telepon: +62 822-3661-3665. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan di Tony's New York Pizza Umalas.

Identifikasi Variabel

Sugiyono menyatakan bahwa variabel penelitian adalah atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang memiliki variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut (Husein, 2001). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 macam variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2).

2. Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah Kepuasan pelanggan (Y).

Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Identifikasi Variabel

Sugiyono menyatakan bahwa variabel penelitian adalah atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang memiliki variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut (Husein, 2001). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 macam variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2).
2. Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah Kepuasan pelanggan (Y).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

- a. Kualitas Layanan Kualitas layanan atau kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan di restaurant Tony's New York Pizza. Indikator kualitas layanan menggunakan pengukuran yang didasarkan pada 4 dimensi dari Parasuraman, et al., (1988: 118) yaitu:
 1. Berwujud (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
 2. Reliability (Keandalan) yaitu kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang di janjikan dengan handal dan akurat.
 3. Responsiveness (Daya tanggap) yaitu Kemauan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat.
 4. Assurance (jaminan) yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan dan kesponan atau kebaikan dari personal serta kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keinginan.
 5. Empathy (Empati) yaitu mencakup menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individual atau pribadi terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara numerik, dan analisisnya sering kali melibatkan statistik. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara obyektif dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan teknik statistik.

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis.

Jenis dan Sumber Data Jenis Data

1. Data kuantitatif

Merupakan setiap informasi berupa angka yang dapat digunakan untuk perhitungan matematis atau analisis statistik. Bentuk data ini membantu dalam membuat keputusan kehidupan nyata berdasarkan derivasi matematika seperti hasil dari kuesioner yang telah disebarkan kepada konsumen Tony's New York Pizza.

2. Data kualitatif

Merupakan data yang bentuknya non numerik atau sulit untuk diubah ke dalam bentuk numerik. Biasanya data ini akan banyak digunakan untuk mengangkat fenomena sosial seperti kesan dan pesan konsumen yang bisa disampaikan.

Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti seperti data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian saat menyebarkan kuesioner kepada konsumen Tony's New York Pizza.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh melalui buku-buku dan catatan yang dijadikan teori dalam menganalisis data yang ditentukan. Data ini meliputi penelitian 35 terdahulu tentang kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan yang dilakukan peneliti sebelumnya yang datanya masih relevan, selain itu data yang berasal dari instansi yang mendukung penelitian ini.

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2011: 80) 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. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah rata-rata jumlah pelanggan yang datang untuk berbelanja di restaurant Tony's New York sebanyak rata-rata 400 pelanggan per 3 bulan.

Sampel Penelitian

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama bersifat representatif dan menggambarkan populasi sehingga dianggap dapat mewakili semua populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel berguna untuk membantu para peneliti dalam melakukan generalisasi terhadap populasi yang diwakili. Sampel digunakan jika populasi yang diteliti besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi. Kendala tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang dimiliki peneliti. Sampel yang akan digunakan dari populasi haruslah benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti.

Menurut Arikunto (2006: 112) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Tetapi jika jumlah subjek besar dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih. Dari keseluruhan populasi semuanya jumlah 400 pelanggan, Maka sesuai pendapat di atas jumlah sampel dalam penelitian dapat diambil 25% dari keseluruhan jumlah populasi. Sehingga didapat jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 106 pelanggan.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling dimana teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel yang paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi (Representatif). Random sampling ini dilakukan dengan memberikan kuesioner pada setiap pelanggan yang datang pada rentang waktu tertentu tanpa melihat apakah pelanggan pertama kali datang atau sudah melakukan Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Sampel yang diambil merupakan pelanggan aktif dalam penjualan makanan di restaurant Tony's New York Pizza Umalas.

2. Sampel yang di ambil merupakan pelanggan yang memiliki penjualan makanan yang di teliti paling tinggi setidaknya dalam 3 bulan terakhir yakni bulan Oktober, November, Desember.

Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi adalah dokumen yang menyajikan informasi tentang hasil penelitian yang asli atau langsung dari sumbernya baik berupa gambar atau video yang diambil saat penelitian di Tony's New York Pizza
2. Kuesioner yang dilakukan dalam metode pengumpulan kuantitatif umumnya bersifat tertutup. Dalam kuesioner kuantitatif, responden diharuskan menjawab sesuai pilihan jawaban yang diberikan.
Kuesioner tersebut disusun menggunakan 5 (Lima) alternative jawaban, yaitu: Sangat setuju (SS), Setuju (S), Kurang setuju (KS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Teknik pembuatan skala dalam penelitian ini termasuk dalam skala Likert yaitu berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu yang terjadi dari 5 tingkatan:
 1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
 2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
 3. Skor 3 untuk jawaban kurang setuju (KS)
 4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
 5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Observasi dalam metode pengumpulan data kuantitatif juga dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi yang ingin diteliti/analisis. Namun, metode observasi biasanya digunakan untuk menghitung jumlah, seperti menghitung berapa banyak orang yang datang berbelanja di restaurant tersebut.

Pengujian Instrumen Dan Asumsi Klasik

- a. Uji Validitas
Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak di teliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Instrumen dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi skor butir dengan total $r > 0,3$ sebaliknya tidak valid jika nilai koefisien korelasi skor butir dengan total $r < 0,3$ (Sugiyono, 2012).
- b. Uji Reliabilitas
Reliabilitas adalah keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam suatu prosedur pengukuran. Berdasarkan Bahasa, reliabilitas berasal dari kata pengukuran dapat dipercaya dari kata rely dan ability, artinya sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Menurut Ghazali (2016: 47) reliabilitas adalah alat untuk menguji suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.
- c. Uji Multikolinearitas
Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu regresi linier berganda (Ghozali, 2016:103). Jika VIF0 10 maka tidak menjadi gejala multikolinearitas.
- d. Uji Heteroskedastisitas
Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan

lainnya (Ghozali, 2016: 134). Heterokedastisitas dapat diartikan sebagai ketidak samaan variasi variabel pada suatu pengamatan dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Dalam SPSS untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas yaitu dengan cara melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik heterokedastisitas. jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang jelas, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

e. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji-statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016: 154). Untuk menguji apakah 41 data yang digunakan normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan uji probability plot SPSS. Adapun ketentuan sebagai berikut:

- Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- Jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2011:160-161)

Alat Analisis

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. SPSS - Statistical Program for Social Science merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Dengan SPSS kita dapat membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Versi SPSS yang digunakan dalam penelitian adalah versi 25 Windows.

Analisis regresi linear berganda

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). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi profil responden penelitian dikenal sebagai karakteristik responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Tony's New York Pizza.

1. Berdasarkan Usia Responden

Data dikumpulkan untuk mengetahui distribusi umur responden. Hasil pengolahan data data di lihat di tabel 1.

Tabel 1. Berdasarkan Usia Responden			
No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	<17 Tahun	15	14,2%
2	17-25 Tahun	67	63,2%

3	>25 Tahun	24	22,6%
	Total	106	100,00%

Dilihat dari usia, data diatas menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia <17 tahun berjumlah 15 orang dengan presentase 14,2%, responden dengan rentang usia 17-25 tahun berjumlah 67 orang dengan presentase 63,2%, responden dengan rentang usia >25 tahun berjumlah 24 orang dengan presentase 22,6%. Dalam penelitian ini dapat dilihat mayoritas responden berusia 17-25 tahun.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Data ini dikumpulkan untuk mengetahui jenis kelamin responden penelitian. Adapun hasil pengolahan data yang disajikan di tabel 2.

Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	50	47.2%
2	Perempuan	56	52.8%
	Total	106	100.00%

Dilihat dari jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 50 orang yang memiliki presentase 47,2% dan perempuan sejumlah 56 orang yang memiliki presentase 52,8%. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa mayoritas responden yakni Perempuan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan laki-laki kurang tertarik dengan pizza.

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur suatu variabel dan menunjukan secara tepat. Uji validitas dengan Teknik korelasi yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan total skor variabel. Syarat minimum suatu instrument dikatakan valid apabila koefisien korelasi lebih dari atau sama dengan 0,3, jika nilainya kurang dari 0,3 maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak memenuhi syarat (Sugiyono, 2012) untuk menganalisis dan mengetahui valid atau tidaknya instrumen, program ini menggunakan *Windows SPSS 22*.

Hasil uji validitas variabel kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode Indikator	Indikator	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	X1.1	<i>Reliability</i>	.888	Valid
		X1.2	<i>Responsiveness</i>	.893	Valid
		X1.3	<i>Assurance</i>	.905	Valid
		X1.4	<i>Tangible</i>	.888	Valid
		X1.5	<i>Empathy</i>	.867	Valid
2	Harga	X2.1	Keterjangkauan harga	.910	Valid
		X2.2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	.822	Valid
		X2.3	Daya saing harga	.881	Valid
		X2.4	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	.922	Valid
3	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	Pengalaman	.898	Valid
		Y1.2	Harapan pelanggan	.886	Valid
		Y1.3	Kebutuhan	.900	Valid

Dari table diatas bisa diketahui bahwa semua instrument valid karena koefisien korelasi lebih dari 0,3.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner konsisten dalam sebuah penelitian. Instrument dikatakan valid apabila nilai *alpha Cronbach* > 0,60. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini tersaji kajian dalam tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Item-Total Statistics

No	Variabel	Kode Indikator	Indikator	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
1	Kualitas Layanan (X1)	X1.1	<i>Reliability</i>	136.394	.888	.979
		X1.2	<i>responsiveness</i>	134.830	.893	.978
		X1.3	<i>assurance</i>	134.511	.905	.978
		X1.4	<i>tangible</i>	135.488	.888	.979
		X1.5	<i>empathy</i>	136.850	.867	.979
2	Harga	X2.1	Keterjangkauan harga	134.889	.910	.978
		X2.2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	137.809	.822	.980
		X2.3	Daya saing harga	135.378	.881	.979

		X2.4	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	135.812	.922	.978
3	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	Pengalaman	135.919	.898	.978
		Y1.2	Harapan pelanggan	134.986	.886	.979
		Y1.3	Kebutuhan	135.040	.900	.978

Dari Tabel 4, dapat diketahui semua indikator variabel mempunyai nilai *cronbach's Alpha* diatas 0,60 dan dapat dikatakan semua variabel reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum model regresi digunakan maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan *SPSS 25 for windows*, hasil uji tersebut sebagai berikut.

1. Uji Multikolinearitas

Pasangan variabel bebas yang sangat berkorelasi satu sama lain dapat menunjukkan multikolinearitas dalam model regresi. Pedoman struktur model regresi terbebas dari multikolinearitas adalah apabila nilai *variance inflation factor* (VIF) di sekitar angka satu dan mempunyai angka *tolerance* mendekati satu. Koefisien korelasi antar variabel harus lemah (dibawah 0.5) jika korelasi kuat dianggap telah terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tersaji dalam tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

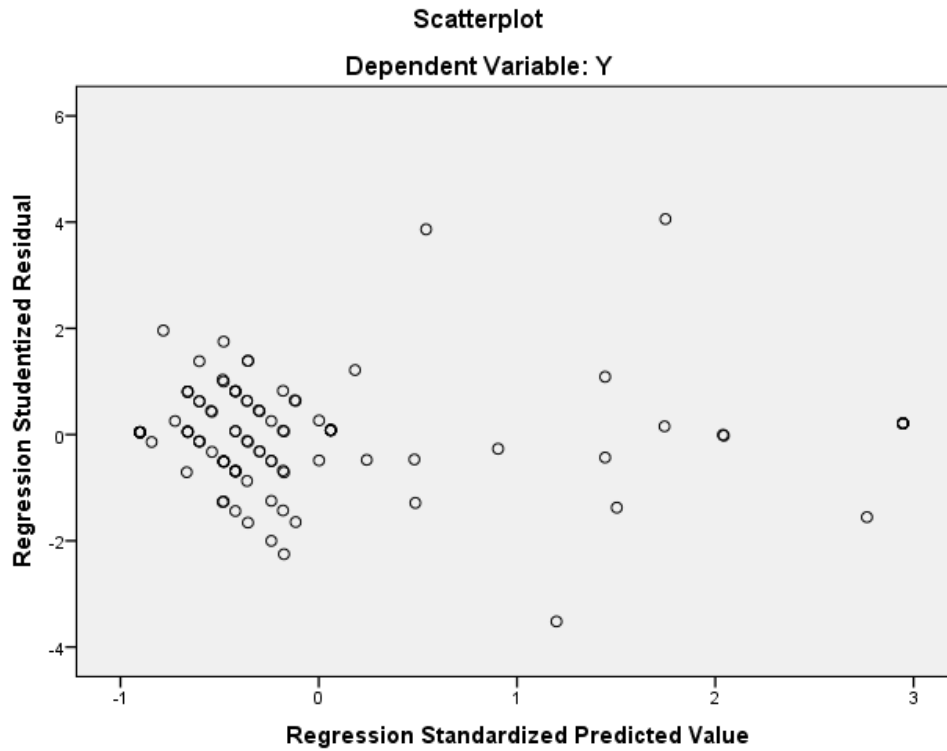
No	Variabel Bebas	Collinearity Statiscs		Correlation	
		Tolerance	VIF	X1	X2
1	X1 (Kualitas Layanan)	.472	2.118	1.000	.726
2	X2 (Harga)	.472	2.118	.726	1.000

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada di sekitar dua yaitu sebesar 2.118 dengan nilai *tolerance* dengan nilai mendekati satu yaitu sebesar 0.472. Nilai korelasi antar variabel bebas sebesar 0.726 berada di atas 0,5 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memenuhi persyaratan asumsi klasik multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat didefinisikan sebagai ketidaksamaan dalam variasi variabel dalam suatu pengamatan, dan kesalahan yang terjadi menunjukkan hubungan sistematis yang berkaitan dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas, sehingga kesalahan tersebut tidak diacak atau random.

Dalam SPSS, untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik. Heteroskedastisitas terjadi jika ada pola tertentu, seperti titik-titik, namun jika polanya tidak terbentuk apapun maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

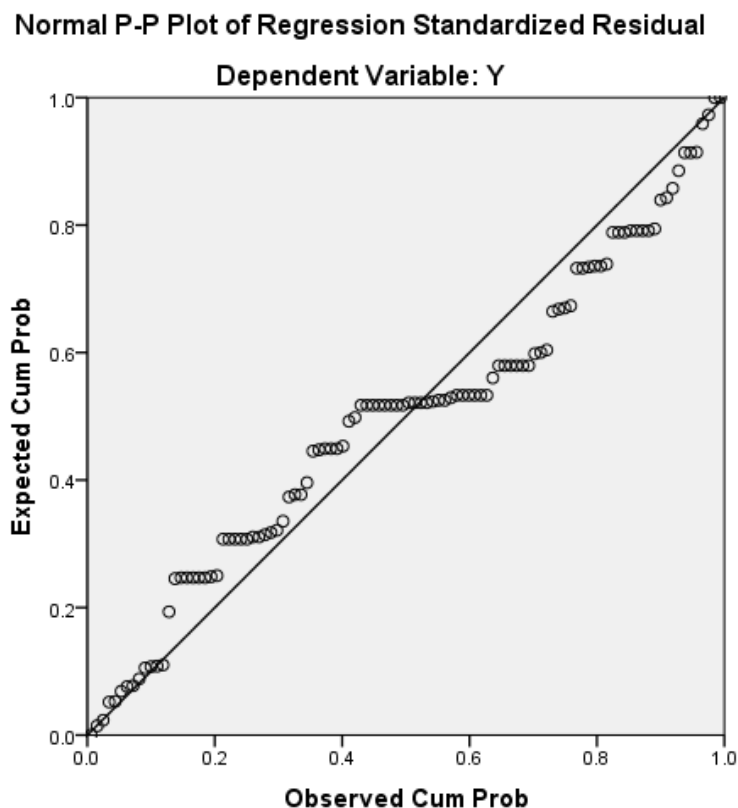


Gambar 1. Grafik Heterokedastisitas

Dari gambar 1 terlihat tidak ada pola tertentu pada grafik heterokedastisitas sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi persyaratan asumsi klasik heterokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Kurva P-Plot menunjukkan kenormalan data, jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka data dianggap berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam gambar 2 berikut.



Gambar 2. Grafik Normalitas

Dari gambar 2, bisa dilihat Kurva P-Plot data yang menyebar mengikuti dan diantara garis diagonal hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.040	.221		.182	.856
X1	.229	.063	.308	3.607	.000
X2	.506	.066	.652	7.634	.000

Bentuk persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut. $Y = .040 + .229X1 + .506 X2$
Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1= Kualitas Layanan

X2= Harga

Interpretasi:

1. Nilai konstanta sebesar 0,040. Apabila X1 dan X2 sebesar 0, maka Y sebesar 0,040.
2. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X1) sebesar 0.229. Artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.229. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan kualitas layanan (X1), akan

menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.229, dengan anggapan bahwa harga (X2) tetap.

3. Nilai koefisien regresi harga (X2) sebesar 0.506. Artinya setiap kenaikan satu satuan harga (X2) akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.506. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan harga (X2), akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.506, dengan anggapan bahwa kualitas layanan (X1) tetap.

Pembahasan

Deskripsi Responden

Sebagian besar responden adalah pelanggan yang sudah lebih dari satu kali mengunjungi Tony's New York Pizza, dengan latar belakang demografis yang bervariasi.

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,229 dan nilai $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Gofur (2019) dan Mar'ati (2018), dimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Analisis Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,506 dan nilai $p < 0,05$. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Gofur (2019) dan Mar'ati (2018), dimana harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Analisis Simultan Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara simultan, kualitas layanan dan harga berkontribusi sebesar 90,4% terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kedua faktor ini sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan di Tony's New York Pizza. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh F_{hitung} sebesar 432.149 dengan tingkat signifikan 0.000 jauh lebih kecil dari 0.05, $F_{hitung} (432.149) > F_{tabel} (2,69)$ yang berarti bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Tony's New York Pizza. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Gofur (2019) dan Mar'ati (2018), dimana kualitas layanan dan harga secara Bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Tony's New York Pizza. Hal ini memberikan makna bahwa semakin kita memberikan pelayanan yang baik maka semakin meningkat pembeli yang akan berbelanja di restoran tersebut.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Tony's New York Pizza. Hal ini memberikan makna bahwa semakin terjangkau harga maka semakin meningkat juga minat pembelinya
3. Terdapat pengaruh secara simultan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Dari hasil penelitian dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian ini saran yang diberikan ialah sebaiknya perusahaan lebih bisa mengembangkan ide atau lebih kreatif dalam membuat customer merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran tersebut dengan menggunakan konsep unik dan menarik.
2. Manajemen Tony's New York Pizza diharapkan mempertahankan strategi dan harga yang telah ditetapkan.
3. Pada persepsi responden terhadap variabel kualitas layanan secara keseluruhan penilaian responden adalah baik, namun salah satu indikator nilainya di bawah rata-rata. Jawaban responden, secara keseluruhan yang perlu mendapat perhatian manajemen yaitu kualitas pelayanan yang baik.
4. Pada persepsi responden terhadap variabel harga secara keseluruhan baik, akan tetapi masih terdapat satu indikator yang di bawah rata-rata jawaban responden, secara keseluruhan yang perlu mendapat perhatian manajemen yaitu harga produk yang harus lebih bersaing.
5. Pada persepsi responden terhadap variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan baik, namun terdapat satu indikator yang nilainya di bawah rata-rata yaitu membuat konsumen lebih menyukai produk jasa kuliner dibandingkan dengan produk lain sehingga produk kuliner yang *recommended*.
6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi kualitas layanan untuk meningkatkan komponen yang mempengaruhi kualitas layanan selain variabel harga dan kepuasan pelanggan agar menambah keakuratan penelitian dan adanya factor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Masih terdapat berbagai faktor lain yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti produk, promosi, lokasi, dan sebagainya. Oleh karena itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan studi ini lebih lanjut, dengan menambah jumlah responden serta memasukkan variabel-variabel lain yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti aspek produk, promosi, dan faktor lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya penyusunan dan penyelesaian penelitian ini tentu tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak terkait yang telah mendukung dan berpartisipasi atas terselesaikannya penelitian ini dengan baik dan benar, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., MA, selaku Rektor Universitas Dhyana Pura.

2. Ibu Dr. Ni Made Diana Erfiani, SS., M.Hum, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi Universitas Dhyana Pura.
3. Bapak Dr. I Made Elia Cahaya, SH., S.Pd., M. Pd, selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan, Administrasi Umum dan SDM Universitas Dhyana Pura.
4. Bapak Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, SE., M.A. Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama, dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura.
5. Bapak Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, SE., MA selaku Dekan Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
6. Bapak I Made Dwi Wira Ardana, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Dhyana Pura sekaligus dosen pengampu mata kuliah usulan Penelitian yang telah dengan sabar memberikan berbagai masukan dan bimbingannya selama penulis berproses menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak Anthony selaku pemilik Tony's New York Pizza
8. Para dosen Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Dhyana Pura.
9. Seluruh staf Tony's New York Pizza yang telah bersedia memberikan data dan informasinya untuk kelancaran penelitian ini.
10. Sahabat serta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan.

Sebagai penulis, tentu penelitian yang dibuat ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis menyampaikan permohonan maaf apabila dalam penyusunan penelitian ini terdapat kesalahan, baik dari segi penulisan, pembahasan, serta penyusunannya. Penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberikan kritik dan saran terhadap penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Ardana, I Made Dwi Wira, I Nengah Rata Artana, dan Ida Bagus Kumiawan (2023), Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Akademik Dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, Vol. 8 No. 2 (2023).
- Gofur, Abdul (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.4, No.1 Februari 2019: 37 – 44.
- Hasibuan, Ririn Marisca, Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., ME2, Armansyah Lubis, S.E., M.M3, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*. Vol.4 No. 3 Agustus 2021.
- Mar'ati, Nafisa Choirul (2018), Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2018.
- Nurzhavira, Gusti Putri, Iriani Sri Setyo (2022), Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 13 No: 2 Tahun 2022.