

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo)

Chelsy Olivia Aneta¹, Tineke Wolok², Ramlan Amir Isa³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

E-mail: celsianeta11@gmail.com¹

Abstract: This research aims to find out how much influence Service Quality and Pricing have on Consumer Satisfaction partially and simultaneously. This research used 96 samples of RM Wong Solo customers in Gorontalo City. The sampling method used in this research is a nonprobability sampling technique and the type of data used in this research is primary data. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, partial test and simultaneous test. The research results show that partially Service Quality has an influence on Consumer Satisfaction which is indicated by a calculated t value of $2.929 > 1.661$, while Pricing has an influence on Consumer Satisfaction with a calculated r value of $3.708 > 1.661$. Meanwhile, the results of the F test research show $F_{count} 24.277 < F_{table} 3.94$ with a significance level of 0.05. This means that service quality and pricing simultaneously influence consumer satisfaction at RM Wong Solo in Gorontalo City. The R Square value in this research is the Service Quality and Pricing variable in explaining the Consumer Satisfaction variable of 0.429 or 42.9% in the medium category, 57.1% is influenced by other variables not explained in this research such as Promotion, Cost Price, Product Quality and Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality; Pricing; Consumer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan 96 sampel pelanggan RM Wong Solo di Kota Gorontalo. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel non probability sampling dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ditunjukkan dengan nilai t hitung $2,929 > 1,661$, sedangkan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai r hitung $3,708 > 1,661$. Sedaangkan hasil penelitian uji F menunjukkan F hitung $24,277 < F$ tabel $3,94$ dengan taraf signifikan $0,05$. Artinya Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada RM Wong Solo di Kota Gorontalo. Nilai R Square dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga dalam menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen sebesar $0,429$ atau $42,9\%$ masuk kategori sedang, $57,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti variabel Promosi, Harga Pokok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Penetapan Harga; Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian masyarakat. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan peluang lapangan kerja bagi masyarakat.

Pada era bisnis saat ini dunia usaha 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. Maka untuk dapat menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Rumah makan Wong Solo Jl Panjaitan Kota Gorontalo menjual berbagai jenis makanan, harga yang ditawarkan oleh RM. Wong Solo Jl. Panjaitan Kota Gorontalo juga beragam. Khususnya masakan ayam boiler (bakar atau penyet) yang menjadi andalan mereka. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik restoran ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar RM. Wong Solo Jl. Panjaitan Kota Gorontalo, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan.

Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antar keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga serta lokasi yang ada dirumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula.

Tabel 1. Harga Spesial Menu Paket RM. Wong Solo

No	Spesial Menu Paket	Harga
1	Paket Mujair (Bakar/Goreng)	Rp 30.000
2	Paket Ayam Penyet	Rp 39.000
3	Paket Nasi Uduk	Rp 36.000
4	Paket Bebek (Bakar/Goreng)	Rp 40.000
5	Paket Lele (Bakar Goreng)	Rp 28.000
6	Paket Kakap (Bakar Goreng)	Rp 52.000
7	Paket Fried Chicken	Rp 27.000

Dalam menjalankan suatu bisnis para pelaku usaha harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Konsumen dalam mengunjungi suatu tempat makan tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman akan tetapi mereka juga akan melihat seperti apa kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman atau penuntun peneliti pada sebuah proses penelitian. Desain penelitian bertujuan untuk memberi pegangan yang jelas dan terstruktur kepada peneliti dalam melakukan penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Adapun desain penelitian dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Populasi Dan Sampel

Sugiyono (2018) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Metode pengambilan sampel secara non probabilitas atau pemilihan non random berupa *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan kuesioner atau angket. Dengan cara menyebarkan link kuesioner yang sudah dibuat dan dibagikan kepada para mahasiswa di Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Teknik Analisis Data

Dengan pengujian Instrumen Penelitian seperti pengujian Validitas dan Pengujian Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik seperti (1) Uji Normalitas, (2) Uji Multikolinieritas, (3) Uji heteroskedastisitas, (4) Uji Regresi Linier. Pengujian Hipotesis seperti (1) Uji Parsial (Uji-T), (2) Uji Simultan (Uji-F), (3) Koefisien Determinasi R².

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Acuan pengambilan keputusan dalam menentukan apakah kuisioner validitas adalah dengan melihat nilai pearson correlation Jika kofisien validitas > nilai kritis (0,30) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

Uji Reliabilitas

Dalam pnelitian ini digunakan rumus Alpha Cronbach (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alpa Cronbach > 0.60 (Ghozali, 2018).maka kuisioner dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut Off	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,868	0,6	14	Reliabel
Penetapan Harga	0,733	0,6	9	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,818	0,6	13	Reliabel

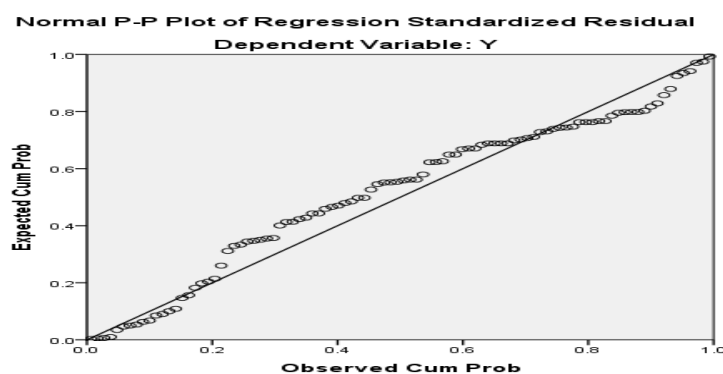
Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian *cronbach alpha* di atas terlihat bahwa semua variabel, baik itu variabel X1, X2 dan variabel Y dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien *cronbach alpha* > 0,6.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic (Ghozali, 2006). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik histogram dan grafik *probability plot*



Gambar 4.1 Normal P-Plot

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan grafik normalitas di atas menunjukkan bahwa penyebaran mengikuti arah garis disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen (Naufal, 2020). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerasnce > 0,1 atau nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel independen. Dalam penelitian ini untuk uji multikolinieritas menggunakan SPSS statistik 22.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a				T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Tolerance			VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	29.579	4.509		6.560	.000			
	Kualitas Pelayanan	.268	.187	.317	2.929	.057	.556	1.798	
	Penetapan Harga	.483	.130	.418	3.708	.000	.556	1.798	

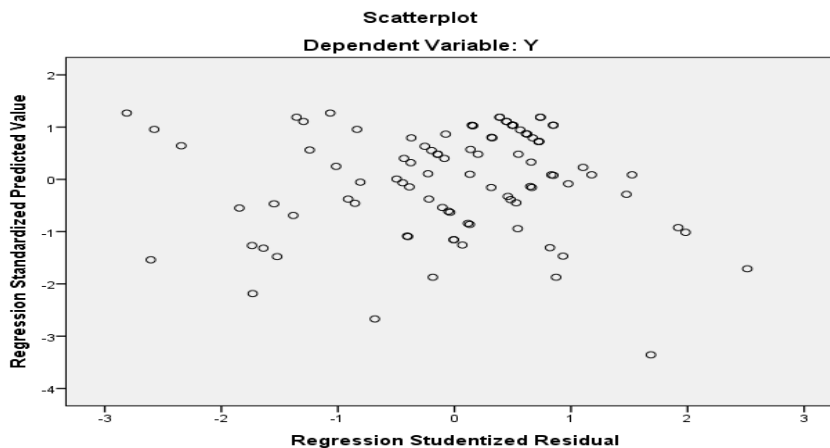
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 23

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Penetapan Harga (X2) adalah $0.556 > 0,10$ sementara variabel bebas memiliki masing-masing nilai VIF $1.798 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Berikut uji heteroskedastisitas menggunakan aplikasi statistik 22:



Gambar 4.1 Heteroskedastisitas
Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 2023

Berdasarkan Grafik di atas pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu dan tidak ada pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dilihat dari gambar tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian hipotesis untuk uji t dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh secara parsial variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Cara mengujinya yaitu dengan melihat kolom t dan nilai t yang terdapat dalam tabel coefficients. Pengujian ini menggunakan SPSS ststistic 25, hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Uji Hipotesis

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29.579	4.509		6.560	.000		
	Kualitas Pelyanan	.268	.187	.317	2.929	.057	.556	1.798
	Penetapan Harga	.483	.130	.418	3.708	.000	.556	1.798

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 2023

Berdasarkan tabel di atas, H1 (Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen) diterima. Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,929 dan nilai t tabel (2,929>1.661). Dapat di jelaskan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhiKepuasan Konsumen sebesar 0,268 atau 26.8%. Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,708 dan nilai t tabel sebesar 1669. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (3,708>1,661), H2 (Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen) diterima. Dapat di jelaskan bahwa Penetapan Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumensebesar 0,483 atau 48,3%.

Uji Simultan (Uji-F)

Koefisien Determinasi

Uji f dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Cara mengujinya yaitu dengan melihat kolom F dan nilai signifikan yang terdapat dalam tabel anova. Berikut adalah hasil uji simultan (Uji-F):

Tabel 5. Uji Regresi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	410.012	2	205.006	24.277	.000 ^b
	Residual	785.322	93	8.444		
	Total	1195.333	95			

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

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa nilai F_hitung (24,277) sedangkan nilai F_tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar (3,94). maka dapat disimpulkan bahwa F_hitung (24,277) lebih besar dari F_tabel (3,94) yang artinya hipotesis diterima. Cara mencari F_tabel yaitu menggunakan probability df yang tertera pada tabel Uji f (lampiran).

Uji Regresi Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah analisis regresi linier berganda.

Tabel 6. Uji Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29.579	4.509		6.560	.000		
	Kualitas Pelayanan	.268	.187	.317	2.929	.057	.556	1.798
	Penetapan Harga	.483	.130	.418	3.708	.000	.556	1.798
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis diatas, model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 29,579 + 0,268 + 0,483 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 29,579 menunjukkan nilai rata-rata variabel Kepuasan Konsumen sebesar 29,579 dengan ketentuan nilai variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga bernilai konstan.
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,268 atau sebesar 26,8% menunjukkan setiap perubahan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan maka meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 26,8%.
3. Nilai koefisien regresi variabel X2 (Penetapan Harga) sebesar 0,483 atau sebesar 48,3% menunjukkan setiap perubahan variabel Penetapan Harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen 48,3%.

Koefisien Determinasi

Perhitungan dengan SPSS 22 akan diperoleh keterangan atau hasil tentang koefisien determinasi (R²), dan uji t untuk menjawab perumusan masalah penelitian. Berikut ini keterangan yang berkenaan dengan hal tersebut koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS statistik 22. Dari hasil analisis data yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.586 ^a	.443	.429	2.90591	.443	24.277	2	93	.000
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga									
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen									

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan dengan dengan angka atau nilai r square sebesar 0,429, maka dapat disimpulkan bahwa variasi variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Penetapan Harga(X2) dalam menjelaskan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 0,426 atau 42,9% sedangkan 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti variable Promosi, Harga Pokok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (Zikri, et al., 2022 hal. 925) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkannya. Selain itu Oxford Advanced Learner's Dictionary dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (Bisri, et al., 2018 p. 65) mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*" dan "*the act of fulfilling a need or desire*". Dari pendapat tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (perceived performance) dan harapan (expectations). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Kotler (Zikri, et al., 2022 hal. 924) berpendapat, kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapatkan.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh hasil pada tabel diatas masuk dalam kategori sangat kuat dengan presentase 91,82% . Adapun indikator Kehandalan dengan variabel paling tinggi adalah 92,7%. Kategori yang lemah yaitu dengan presentase 90,4% dengan indikator Ketanggapan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:111) mengenai dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu salah satunya daya tanggap. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007) dimana variabel Daya Tanggap memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (Zikri, et al., 2022 hal. 925) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkannya. Selain itu Oxford Advanced Learner's Dictionary dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (Bisri, et al., 2018 p. 65) mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*" dan "*the act of fulfilling a need or desire*". Dari pendapat tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (perceived performance) dan harapan (expectations). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Penetapan harga (price) yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penawaran produk dan keputusan pembelian. Dengan melihat pentingnya suatu strategi pemasaran maka sudah selayaknya perusahaan perlu mempertimbangkan suatu konsep harga yang benar-benar berkualitas baik, sehingga dapat menunjang suatu keberhasilan perusahaan dalam menggelindingkan roda usahanya. Tjiptono (Laoli, et al., 2018 hal. 20).

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan (Dharasta, 2017 hal. 51)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel penetapan harga (X2) diperoleh hasil pada tabel diatas masuk dalam kategori sangat kuat dengan presentase 91,96% . Adapun indikator Biaya dengan variabel paling tinggi adalah 93,06%. Kategori yang lemah yaitu dengan presentase 90% dengan indikator Konsumen.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Zenab Moridu bahwa terdapat pengaruh penetapan harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Yoe Collection Kota Gorontalo. Besar Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen mencapai 78,5% sedangkan sisanya sebesar 21.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada RM Wong Solo. Sehingga dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen diterima

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli lebih banyak.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen, terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Cronin dan Taylor (Umbase, et al., 2022 hal. 390)). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, harga merupakan faktor penting dalam penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Menurut Lupiyoadi (Darmawan, et al., 2020 hal. 76) harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, keputusan penentuan harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra.

Sebuah bisnis baik itu yang bergerak dibidang produk atau jasa, seorang pelayan harus memberi pelayanan sebaik-baiknya kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku yang baik dan simpatik, bertutur kata yang baik, sopan rendah hati, tanggap dalam segala hal dan memperhatikan segalanya dengan betul apa yang diinginkan oleh konsumen.

Manfaat dan kriteria dari sampel adalah menghemat biaya, tenaga dan waktu peneliti. Sebagaimana yang telah dijelaskan di bab 3, meneliti menggunakan sampel akan sangat meringankan tugas peneliti karena tidak harus meneliti keseluruhan populasi cukup dengan beberapa sampel yang terpilih. Dan penggolongan responden berdasarkan usia digunakan sebagai subjek penelitian sedangkan penggolongan responden berdasarkan gender (Jenis Kelamin) ialah jumlah perbandingan responden pria dan wanita digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan pemilihan rasa dan selera ditinjau dari sudut pandang gender (Jenis Kelamin).

Kualitas Pelayanan (X1) dan Penetapan Harga (X2) dalam menjelaskan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 0,426 atau 42,9% sedangkan 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti variabel Promosi, Harga Pokok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, harga merupakan faktor penting dalam penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Menurut Lupiyoadi (Darmawan, et al., 2020 hal. 76) harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, keputusan penentuan harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarika kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen diterima
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen diterima

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo." maka peneliti memberikan saran. Bagi RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terlepas dari hal tersebut masih terdapat hal yang harus dibenahi oleh RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo ialah agar dapat menginformasikan atau menawarkan promosi-promosi ada dan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga konsumen berminat untuk mencoba.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarwati, Martina dan Rosi Devi Yanti. *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto*. Volume 5 Nomor 1 Edisi Februari 2020. P-ISSN: 2540-816X E-ISSN: 2685-6204
- Batubara, Azmiani dan Rahmat Hidayat. 2016. *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines*. Jurnal Ilman, Vol. 4, No. 1, pp. 33-46, Februari 2016, ISSN 2355-1488
- Bisri and Widasiwi Herlin Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere) [Journal]. - Bogor : Jurnal Moneter, 2018. - 11 : Vol. Vol. V No. 1 April 2018.
- Darmawan K.G. , Yulianthini N.N. dan Mahardika A.A.N.Y.M. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen [Jurnal] // Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No. 1, Juli 2020 P-ISSN: 2685-5526. - 2020. - hal. 74-82.
- Dharasta You She Melly Anne Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket (Studi Kasus Pada Jasa Travel Agent Di Wilayah Yogyakarta) [Jurnal]. - Yogyakarta : Jurnal Manajemen Dirgantara, 2017. - ISSN : 2252-7451 : Vol. Vol.10 No.2 Desember 2017.
- Fikri, Sirhan, Wahyu Wiyani, dan Agung Suwandar. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016
- Firmansyah. 2019. *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau*. JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS, VOL 10, NO 1 JANUARI 2019 P-ISSN 2089-1989 E-ISSN 2614-1523
- Halim Fitria [et al.] *Manajemen Pemasaran Jasa* [Buku]. - [s.l.] : Yayasan Kita Menulis, 2021. - Vol. I.
- Juana, A., Kango, U., Singh, S. K., Abdussamad, Z. K., & Ismail, Y. L. (2023). Trends of Research Keywords Related to the Network and Negotiating Skills in Digital Era: A Bibliometric Review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), e01027-e01027.
- Laoli Victorinus dan Hulu Fatolosa Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Pembelian Bahan-Bahan Bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli) [Jurnal]. - Jakarta : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 2018. - E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 4321-1234 : Vol. Vol 1 No 2, Juni 2018.
- Monica Martha Ayu dan Pontjoharyo Wiyono Penerapan Personnel Dan Cultural Control Berbasis Nilai Kristiani Terhadap Kualitas Layanan Di Klinik Kecantikan Dr. Wit Surabaya [Jurnal]. - Surabaya : Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, 2019. - Vol. Vol.7 No.2 (2019).
- Natalea dan Dewi Anggrani. 2022. *Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Bakpao Aeng Medan*. Journals Stimsukmamedan. Publish online, Juli 2022
- Oktavian Rizky Ferrari Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Penelitian Pada Bni Card Center Lnc

- Jakarta) [Jurnal]. - Jakarta : JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA), 2018. - Vol. VOL. 2 NO. 2 /AGUSTUS 2018.
- Rahmah Citra Anita, Ritonga Husni Muharram dan Pane Dewi Nurmasari Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan [Jurnal]. - Medan : Jurnal Manajemen Tools, 2020. - Vol. Vol. 12 No. 2 Desember 2020 ISSN : 2088-3145.
- Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D [Book]. - Bandung : ALFABETA, 2020.
- Susanto Hari Agung dan Otoluwa Narto Irawan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros [Jurnal]. - Maros : JURNAL BRAND, 2020. - e-ISSN : 2715-4920 : Vol. Volume 2 No. 1, Juni 2020.
- Tambahani Yesri O., Kalangi J. A. F. dan Walangitan Olivia Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Kesehatan Kabupaten Halmahera Utara [Jurnal]. - Sam Ratulangi : Productivity, Vol. 2 No. 2, 2021 e-ISSN. 2723-0112, 2021.
- Tua Geo Vanny Maruli, Andri dan Andariyani Ira Meike Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru [Jurnal]. - Pekanbaru : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. Jurnal JUKIM P-ISSN: 2829-0488 E-ISSN: 2829-0518, Halaman 140-154, 2022. - 15 : Vol. Vol 1 No. 4 Juli 2022.
- Umbase Christovel Zuriel, Areros William dan Tamengkel Lucky Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado [Jurnal]. - Manado : Productivity, 2022. - e-ISSN. 2723-0112 : Vol. Vol. 3 No. 4, 2022.
- Zikri Ahmad dan Harahap Muhammad Ikhsan Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera [Jurnal]. - Sumatera : Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), 2022. - E-ISSN: 2774-2075 : Vol. Vol. 2 No. 1, Year [2022] Page 923-926.
- Zulkarnaen, Wandy dan Neneng Nurbaeti Amin. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung). Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi. VOL. 2 NO. 1 2018 ISSN: 2541-5255