

## KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN ADEM RESTO KOTA BENGKULU

Putril Hidayati Upik<sup>1</sup>, Ratnawili<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
[putril041197@gmail.com](mailto:putril041197@gmail.com)

### ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of service quality, facilities, prices toward customers' satisfaction of Adem Resto Restaurant in Bengkulu City. This study used qualitative research method. The total sample of this research was 90 customers of Adem Resto Restaurant in Bengkulu City that taken by using accidental sampling technique. The data was collected by using observation and questionnaire. The data was analyzed by using multiple regression analysis and coefficients of determination. The results of the research show that the regression equation analysis is  $Y = 0.761 + 0.335 (X1) + 1.237 (X2) + 0.683 (X3)$  The value (constant) of 0.761 means that if the variables of Service Quality (X1), Facilities (X2) and Price (X3), equal to zero, the variable satisfaction of the congregation (Y) will remain at 0.761. The regression coefficient of Service Quality (X1) of 0.335. It states that every one unit increase in the value of the Service Quality variable can increase the value of the variable satisfaction of pilgrims (Y) by 0.335 assuming that the Facility (X2) and Price (X3) variables are considered constant or = 0. The Facility regression coefficient (X2) of 1,237 states that every one unit increase in the value of the Facility variable can increase the value of the pilgrim satisfaction variable (Y) by 1.237, assuming that the variables of Service Quality (X1) and Price (X3) are considered constant or = 0. Price regression coefficient (X3) of -0.683 states that every one unit decrease in the value of the Price variable can increase the value of the variable satisfaction of pilgrims (Y) by 0.683, assuming that the variables of Service Quality (X1) and Facilities (X2) are considered constant or = 0.

**Keywords:** *Service Quality, Facilities, Price, Customers' Satisfaction.*

### PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain sandang dan papan. Seperti yang kita ketahui bahwa setiap manusia membutuhkan asupan gizi yang cukup yang diperoleh dari makan dan minum. Makanan memiliki beberapa fungsi antara lain sebagai pemenuhan gizi yang seimbang agar dapat berfungsi dengan baik. Selain itu, makanan juga berfungsi sebagai energi, mempertahankan suhu tubuh, sebagai nutrisi metabolisme, dan memuaskan rasa lapar.

Seiring berkembangnya dunia kuliner yang semakin canggih dalam mengola, meracik, dan menyajikan, dari makanan tradisional maupun *westers* yang sajikan secara menarik sering membuat konsumen memutuskan untuk membelinya walaupun tidak dalam keadaan lapar. Dewasa ini sering terdengar istilah "lapar mata". Lapar mata adalah keadaan dimana mata

melihat satu makanan yang enak atau membayangkan suatu makanan, maka ada keinginan untuk membekinya. Kadaan seperti itu dapat dikatakan pula sebagai lapar jiwa atau emosi.

Berkembangnya restoran –restoran asing maupun lokal memicu persaingan yang sangat ketat apalagi bila disandingkan dengan berbagai macam makanan yang di sebut kekinian, tentunya menambah persaingan. Setiap restoran mempunyai nilai positif dan negatif. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam mempertahankan eksistensi suatu produk tersebut.

Terlepas dari permasalahan tersebut, persaingan dalam suatu restoran tidak hanya antara restoran asing dengan restoran lokal, namun juga terjadi antar restoran asing, hal ini terjadi karena brand suatu produk tersenut. Pada dasarnya susah menghilangkan kebiasaan gaya hidup satu restoran serta sudah puas dengan pelayanannya susah untuk pindah tempat dan mencoba produk baru yang mempunyai karakteristik sama hanya berbeda brand dari produk tersebut meskipun harganya lebih murah.

Dalam situasi persaingan yang begitu tajam secara langsung menimbulkan daerah pemasaran yang semakin sempit sehingga perusahaan perlu untuk menggunakan taktik pemasaran yang tepat agar bisa mencapai tujuan. Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkat dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas /jumlah unit produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai peluang yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu peluang.

Kreatifitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreatifitas imajinasi konsep strategi kedalam langkah-langkah prosedur penerapan program strategi bisnis. Kreativitas pemasaran penting dilakukan apabila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi pemasaran yang mampu mengembangkan konsep strategi ke dalam prosedur penerapan program pemasaran. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, membedakan penerapan strategi pemasaran merupakan suatu keharusan. Keunggulan dasar yang diperoleh perusahaan ketika mampu menerapkan strategi pemasaran adalah dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan pembelanjaan organisasi.

Salah satu restoran yang lagi berkembang dan banyak diminati di Kota Bengkulu adalah Adem Resto yang beralamatkan di Tanah Patah Kota Bnegkulu. Adem Resto merupakan restoran cepat saji yang menyajikan berbagai macam makanan dan minuman kekinian yang banyak diminati oleh konsumen. Selain menu yang lengkap Adem Resto juga dilengkapi dengan suasana yang nyaman dan adem karena dilengkapi dengan pepohonan yang rindang sehingga konsumen sangat nyaman selama berada di Adem Resto.

Pada saat ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh restoran Adem Resto adalah dengan menyediakan menu makanan dan minuman yang lengkap, menyediakan suasana yang nyaman seperti menanam pohon, memberikan potongan harga untuk pemesanan dalam jumlah banyak, menyediakan tempat untuk acara-acara seperti ulang tahun. Jumlah pelanggan Adem Resto saat ini dapat dikatakan cukup ramai dikarenakan Adem Resto lagi rame-ramenya dikunjungi oleh para pelanggan karena restoran ini lagi banyak peminatnya.

Adapun fenomena yang terjadi pada saat pra penelitian saat observasi ditemui salah satu konsumen pada restoran Adem Resto, masih rendahnya kepuasan dikarenakan kinerja karyawan yang belum maksimal dalam membrikan pelayanan dan fasilitas yang memuaskan atau yang diharapkan untuk para konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang masih rendah, fasilitas yang kurang memadai dan kesenjangan harga pada konsumen di Restoran adem resto kota bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari observasi pada konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bnegkulu. Yaitu Diah dan

lala , berdasarkan hasil obsevasi ditemui bahwa konsumen masih menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Adem Resto Kota Bengkulu masih kurang karena saat mereka makan dari segi fasilitas masih kurang puas karena makanan kurang enak ,Harga yang tinggi menyebabkan kurangnya minat konsumen untuk makan di situ.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan , fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Tempat Dan Waktu Penelitian**

Dalam skripsi ini peneliti mengambil tempat penelitian Restoran Adem Resto Kota Bengkulu yang beralamatkan di Jl. Mayjen Sutoyo, Tana Patah,Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu dan Penelitian akan pada bulan januari sampai selesai.

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif,karena bagi peneliti kuantitatif berfungsi untuk pembuktian/ konfirmasi. Dalam penelitian ini akan diperoleh data yang memberikan pembuktian nyata berupa angka-angka.

Menurut Sugiyono (2013: 11) “Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat Kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui, Darmawan (2013:37).

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2008). Sedangkan Soerhardi Sigit (2001) menyatakan bahwa populasi adalah yang semua anggotanya memiliki beberapa kesamaan atau karakteristik. Populasi dalam pemelitian ini adalah seluruh konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:62). Penentuan jumlah sampel menurut Hair (2009:76) yang memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan *representative* adalah tergabung pada jumlah indikator variabel observasi sebanyak 5 sampai 10 kali. Dalam penelitian ini jumlah item indikator sebanyak 18 item indikator, yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 18 \times 5 \\ &= 90 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini diambil sampel minimal dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang, kuesioner diisi oleh konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono,2013:85).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data atau metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan , akurat dan reliabel. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Observasi :

Menurut Sugiyono (2013:145) metode observasi adalah metode pengumpulan data di mana penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung terhadap situasi yang kompleks dan merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis yang mengutamakan pengamatan dan ingatan. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian yaitu Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Data yang diperoleh dalam penelitian ini dihadapkan langsung dari pengisi kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik ialah syarat-syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis regresi yang akan dilakukan pengujian untuk mengetahui layak tidaknya model regresi tersebut. Model regresi yang memenuhi persyaratan asumsi klasik bisa digunakan untuk melakukan prediksi. Adapun asumsi-asumsi klasik sebagai berikut :

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data peneliti ketiga variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov* dengan bantuan *SPSS for windows 16*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai  $p > 0,05$ .

**Tabel 1**  
Hasil Pengujian *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32572170
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.047
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		.998
Asymp. Sig. (2-tailed)		.273

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Tabel di atas mempertegas bahwa model regresi yang diperoleh berdistribusi normal, dimana pada uji statistik *Onesampel Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat probabilitas signifikan terhadap variabel. Nilai probabilitas sebesar  $.273 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation model (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut (Ghozali, 2011). Hasil pengujian multikolinieritas data penelitian adalah sebagai berikut.

**Tabel 2**  
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	<i>Collenearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0.471	2.124	Bebas Multikolinieritas
Fasilitas ( $X_2$ )	0.284	3.521	Bebas Multikolinieritas
Harga ( $X_3$ )	0.241	4.154	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Tolerance Value* dan *Variance Inflation (VIF)*. Berdasarkan tabel di atas, disimpulkan bahwa nilai pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai *tolerance*  $> 0.1$  dan nilai *VIF*  $< 10$  yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model persamaan regresi.

#### Analisis Data Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen (x) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y). Dengan mengasumsikan variabel lainnya dianggap tetap atau konstan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 3**  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.071	1.013		2.045	.044
Kualitas Pelayanan	.232	.063	.119	3.696	.000
Fasilitas	1.152	.080	.596	14.379	.000
Harga	.851	.116	.329	7.312	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:  $Y = 2.071 + 0.232 (X_1) + 1.152 (X_2) + 0.851 (X_3)$ . Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai (*constant*) sebesar 2.071 mempunyai arti bahwa apabila variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ), sama dengan nol maka variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan tetap sebesar 2.071.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0.232 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.232, dengan asumsi jika variabel Fasilitas ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien regresi Fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 1.152 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Fasilitas dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 1.152, dengan asumsi jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_3$ ) dianggap tetap.
4. Koefisien regresi Harga ( $X_3$ ) sebesar 0.851 menyatakan bahwa setiap satu satuan nilai variabel Harga dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.851, dengan asumsi jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) dianggap tetap atau.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali,2001). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel 4.

**Tabel 4**  
Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.979 <sup>a</sup>	.958	.957	1.34865	2.157

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

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0.957 memberi pengertian bahwa variasi yang terjadi pada variabel Y (Kepuasan konsumen) adalah 95,7 % ditentukan oleh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ). Selebihnya sebesar  $(100\% - 95,7\% = 4,3\%)$  ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang diduga sebelumnya, dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan baik secara parsial maupun secara simultan yang meliputi uji t dan uji f.

### Uji t (parsial)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.14.

**Tabel 5**  
Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.071	1.013		2.045		.044
Kualitas Pelayanan	.232	.063	.119	3.696	1.98793	.000
Fasilitas	1.152	.080	.596	14.379	1.98793	.000
Harga	.851	.116	.329	7.312	1.98793	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.14 di atas, maka dapat diartikan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $3.696 > 1.98793$  dan  $sig < a$  ( $0.000 < 0.050$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
2. Variabel Fasilitas ( $X_2$ ) menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $14.379 > 1.98793$  dan  $sig < a$  ( $0.000 < 0.050$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

3. Variabel Harga ( $X_3$ ) menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $7.312 > 1.98793$  dan  $sig < \alpha$  ( $0.000 < 0.050$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

### Uji Hipotesis F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut.

**Tabel 5**  
Uji Hipotesis F  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
1 Regression	3572.735	3	1190.912	654.762	2.711	.000 <sup>a</sup>
Residual	156.421	86	1.819			
Total	3729.156	89				

Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai  $sig < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,050$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , ( $654.762 > 2.711$ ), dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengelolaan data mentah yang dilakukan pada Konsumen Restoran Adem Resto Kota Bengkulu., melalui penyebaran kuesioner terhadap 90 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) Dan Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Artinya bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka kepuasan Konsumen pun akan ikut meningkat. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan memiliki kaitan yang erat dengan tingkat kepuasan yang dirasakan para konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ali Fathoni dan Hery Suprpto, (2016). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. oleh karena itu para penyedia jasa bersaing untuk memperoleh kepuasan pelanggannya salah satunya dengan terus memberikan pelayanan-pelayanan yang lebih baik lagi.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian jamaah atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml & Bitner, 2001). Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian konsumen tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan layanan yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000). Lebih lanjut Tjiptono & Chandra (2013), menjelaskan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan, yaitu: *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). 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 dan sebaliknya.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Artinya bahwa apabila fasilitas yang diberikan atau disediakan baik dan memadai maka hal ini akan sangat berdampak signifikan terhadap kepuasan para konsumen. Dengan adanya fasilitas yang memadai akan sangat membantu para konsumen yang datang dan membeli produk ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sandy Tirta, dkk 2018. Dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa Fasilitas yang baik dan memadai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, bagi para penyedia jasa bersaing untuk memperoleh kepuasan pelanggannya salah satunya dengan terus memberikan fasilitas yang terbaik sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Fasilitas yang baik dapat membentuk persepsi di mata konsumen (Tjiptono, 2006), pada konteks restoran sebagai penyedia produk, persepsi yang berbentuk dari interaksi antara konsumen dengan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan akan kualitas produk di mata konsumen. Harsono (2012) mendefinisikan fasilitas sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Fasilitas yang disediakan di perusahaan, baik fasilitas pelayanan maupun non pelayanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi tertentu.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa, apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan apa yang didapat maka akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan para konsumen saat membeli produk ini.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Reza Arief Wardhana (2013), dengan judul analisis pengaruh harga produk, citra merek dan gaya hidup terhadap kepuasan. Hasil penelitian ini yaitu semakin tinggi harga produk, semakin baik pula citra merek dan semakin tinggi intensitas gaya hidup maka keinginan konsumen untuk kembali memakai produk tersebut juga meningkat.

Kotler dan Keller (2009), Harga menentukan kualitas, apabila seorang konsumen ingin mendapatkan produk atau layanan yang berkualitas maka ada harga yang harus dibayarkan. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Pertama, peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Kedua, peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) Dan Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Restoran Adem Resto Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yudha Afriadi, 2016. Ali Fathoni dan Hery Suprpto, 2016. Sandy Tirta, dkk 2018. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga terhadap Kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
2. Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Adem Kota Bengkulu.
3. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Adem Resto Kota Bengkulu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 2(No 1).
- Davis, G. dan. (2013). *Quality management* (fourth edi). Cram101 incorporated.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Dewandi, Kasih, Y., & Cholid, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang*. 16(2).
- Drama, G. P. esa, & Ketut alik suardan. (2014). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Kewajiban Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 6(1).
- Fathoni, A., & Suprpto, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Nashrul Ummah Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 16(2).
- Gregorius, C. (2013). *Strategi dan Program Pemasaran*. Gramedia.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. XIV(1).
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Media Utama.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Kedua bela). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa* (A. Anitawati (ed.); Edisi Kedu). PT. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2012). *Marketing Management* (Edisi 14). Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). *Principles Of Service Marketing And Management And Management 2nd*. Pearson Education International.
- Lubis, A. N., & Martin. (2009). Pengaruh Harga (Price) dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2*(1).
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2002). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Sari, S., & Ratnawili, R. (2021). The Effect of Service Quality and Customers' Satisfaction toward Loyalty of Customers at Cafe Bro & Sis Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 1(3), 347-354.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib) Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2012). *Servis Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Anastasia. (2000). *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. J&J learning.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Usmara. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amoro Book.
- Zeithalm, V. . B., Gremler, M. J., & Dwayne D. (2003). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*,. Mc Graw Hill Companies Inc.