

---

---

**JURNAL**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN  
AYAM GEPREK SPESIAL SAMBAL KOREK CABANG KEDIRI**

***INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND PROMOTION  
TO CUSTOMER SATISFACTION AT GEPREK CHICKEN  
RESTAURANT SPECIAL SAMBAL KOREK KEDIRI BRANCH***



**Oleh:**

**MOHAMAD RIFAI  
NIM: 13.1.02.02.0173**

**Dibimbing Oleh :**

- 1. Poniran Yudho Leksono., S.E., M.M.**
- 2. Rony Kurniawan, M.M.**

**PROGRAM STUDI  
FAKULTAS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2017**

## SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

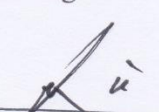
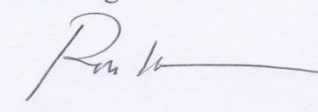

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama Lengkap : Mohamad Rifai  
NPM : 13.1.02.02.0173  
Telepon/HP : 085885316010  
Alamat Surel (Email) : mohamadrifai13@gmail.com  
Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri  
Fakultas – Program Studi : Ekonomi – Manajemen  
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Alamat Perguruan Tinggi : Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

- a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 26 Juli 2017
Pembimbing I  <u>PONIRAN YUDHO L., S.E., M.M.</u> NIDN. 0704047306	Pembimbing II  <u>RONY KURNIAWAN, M.M.</u> NIDN. 0730076804	Penulis,  <u>MOHAMAD RIFAI</u> NPM. 13.1.02.02.0173



---

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri**

---

Mohamad Rifai

13.1.02.02.0173

Ekonomi - Manajemen

Mohamadrifai13@gmail.com

Poniran Yudho Leksono., S.E., M.M. dan Rony Kurniawan, M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa semakin banyaknya rumah makan membuat persaingan antar *provider* sangat ketat. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan diantaranya dengan meningkatkan beberapa aspek baik seperti Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. Sehingga semua aspek tersebut perlu mendapatkan perhatian yang lebih. Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri baik secara parsial maupun simultan.

Variabel yang digunakan adalah (1) kualitas pelayanan, (2) harga, (3) promosi, dan (4) kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan *probability sampling*. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden. Pendekatan dan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan *Software SPSS for windows* versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,995 + 359X_1 + 556X_2 + 273X_3$  Nilai  $\alpha$  yaitu 2,995, artinya semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Regresi  $X_1$  0,349, Regresi  $X_2$  0,556, Regresi  $X_3$  0,273. Maka semua berpengaruh secara positif naik 1 (satuan) mengakibatkan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

**KATA KUNCI** : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menyikapi perkembangan perekonomian dan situasi kompetisi bisnis yang semakin keras, perlu kejelian tersendiri dalam memilih dan menjalankan suatu bidang usaha untuk meminimalkan resiko kerugian dalam berbisnis. Bisnis yang dipilih investor, pada umumnya merupakan bidang yang telah dikuasai atau bidang yang disenangi. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi dalam proses memberikan suatu kepuasan bagi pelanggan yang berkunjung dan membeli di Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri. Perubahan ekonomi dan situasi pasar saat ini makin terlihat nyata hampir di setiap sektor industri. Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar tersebut adalah dengan memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada pelanggan.

Kondisi ekonomi dan sosial tersebut telah merubah pula sikap dan perilaku konsumen. Pemilihan akan produk telah menjadi posisi tertinggi

dalam pemasaran, mereka tidak lagi hanya mengharapkan kualitas yang tinggi dari produk itu sendiri, tetapi juga manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut. Pemasaran dalam suatu perusahaan atau bisnis merupakan bagian yang sangat vital, hal ini dilandasi oleh adanya fungsi-fungsi pemasaran yang dapat membantu perusahaan untuk mentransferkan produksi dari tangan produsen ke konsumen. Ada beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa ahli.

Menurut Kotler & Keller (2012:5) Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan

tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Salah satu bisnis yang diperkirakan masih populer di tahun 2017 adalah bisnis waralaba, khususnya di sektor kuliner. Dengan kondisi peningkatan daya beli masyarakat di golongan menengah pasar kuliner menjadi sangat potensial. Pada saat ini dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Namun hal tersebut, tampaknya tidak berlaku lagi sekarang. Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan fisik semata. Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya

melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Sehingga membuat persaingan di dunia kuliner semakin tinggi, dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan saat ini.

Strategi pengembangan, dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi pasar sasaran produk dalam tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, merupakan hal yang penting. Kegiatan pemasaran tersebut dapat dilakukan secara terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

Menurut Pearce dan Robinson dalam Ramadhan dan Sofiyah (2013), bahwa strategi pemasaran adalah cara untuk memperoleh hasil yang diinginkan berdasarkan kondisi dan struktur yang berlaku dengan menggunakan sumberdaya terbaik dan keunggulan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Didalam lingkungan yang kompetitif, indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut diwaktu yang akan datang. Adapun yang diungkapkan pada penelitian sebelumnya oleh Mustaqim dan Amboningtyas (2016) yang berjudul “Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan dan Admosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)” Mengemukakan bahwa pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

Dalam penelitian ini faktor atau variabel yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan (*people*), harga

(*price*), dan promosi (*promotion*).

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kecepatan, kemudahan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Sebagaimana diungkapkan pada penelitian sebelumnya oleh Luthfia (2012) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *coffe shop* kofishop Tembalang” mengemukakan bahwa pelayanan sangat berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan penilaian dari konsumen terhadap variabel penjualan. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani pelanggan serta kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan dan lain sebagainya.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih

diantara merek-merek yang ada konsumen akan mengevaluasi harga secara tidak absolut akan tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian. Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Prasetio (2012) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tiki cabang Semarang” mengemukakan harga terhadap variabel independen yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Sedangkan promosi adalah salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan konsumen. Seperti yang pernah dibahas sebelumnya dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada 123 *Design and Photography* di Semarang)” yang dilakukan oleh Widodo (2012) dimana di dalamnya dibahas yaitu promosi merupakan salah satu bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan konsumen. Promosi juga sering dikatakan sebagai proses berlanjut, karena dapat

menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu ada banyak hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan kegiatan pemasaran perusahaan yaitu diperlukan adanya kualitas pelayanan, harga dan promosi karena faktor tersebut merupakan hal penting yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti akan membatasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang

Kediri dengan responden yang dipilih.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri?
2. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri?
3. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri?
4. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.
2. Untuk menganalisis pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.
4. Untuk menganalisis pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini, maka dapat diambil manfaat sebagai berikut:



## 1. Manfaat Praktis

Manfaat dengan adanya penelitian pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri, diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi dan menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan keuntungan bagi perusahaan.

## 2. Manfaat Teoritis

### a. Bagi Peneliti

Manfaat dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

### b. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan informasi yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran.

### c. Bagi Universitas

Bagi Universitas Negeri PGRI Kediri, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan kepustakaan yang dapat digunakan untuk penelitian dimasa yang akan datang.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Variabel Penelitian

#### 1. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38), berpendapat bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian kali ini menggunakan dua variabel penelitian yaitu variabel Independen dan Variabel Dependen. Dengan penjelasan sebagai berikut:

#### a. Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016:39), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Y).

#### b. Variabel Independen (X)

Sugiyono (2016:39), mengatakan bahwa variabel

independen sering disebut sebagai variabel strimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah:

- 1) Variabel X1 adalah kualitas pelayanan
- 2) Variabel X2 adalah harga
- 3) Variabel X3 adalah promosi

## 2. Definisi Operasional

### a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa atas sebuah pelayanan serta produk yang sesuai dengan sebuah harapan atau sebuah kenyataan.

### b. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh karyawan berupa kemudahan, kecepatan, hubungan,

kemampuan, dan keramahtamahan. Sehingga harus ditingkatkan kualitas pelayanan guna memperoleh simpati dari pelanggan akan sebuah ketertarikan.

### c. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh suatu barang yang kita beli, sehingga diperoleh manfaat yang kita dapatkan dari barang tersebut.

### d. Promosi (X3)

Promosi adalah suatu pemberitahuan yang disampaikan dengan tujuan menarik calon konsumen akan suatu produk yang kita tawarkan.

## B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:7) mengemukakan pendekatan kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini awalnya bekerja dengan menggunakan aspek kualitatif dengan cara menyusun sejumlah kuesioner. Kuesioner ini kemudian akan dikuantifikasikan

atau diwujudkan berupa angka-angka. Angka inilah yang menunjukkan skor kompetensi karyawan, disiplin kerja, komunikasi interpersonal, dan kinerja karyawan yang selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS versi 23.

## 2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan variabel yang sesungguhnya mempengaruhi kepuasan konsumen. Namun demikian, data yang diperlukan dalam penelitian ini belumlah tersedia sehingga masih perlu menyusun instrumen pengumpulan data secara terstruktur dan formal. Atas dasar kriteria ini, maka teknik yang sesuai adalah Deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:13) Penelitian deskriptif merupakan “data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka”. Dari pemaparan atau penggambaran data-data observasi lapangan kemudian menganalisa data tersebut dengan menyusun kuesioner. Penelitian ini mencoba memaparkan data-data tentang kualitas pelayanan, harga, promosi, serta kepuasan pelanggan di Rumah

Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

## C. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri, Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 24, Mojoroto, Kediri. Adapun alasan untuk mengambil penelitian ditempat tersebut adalah:

- Tempat yang mendukung adanya fenomena terkait dengan kepuasan pelanggan.
- Data yang diambil untuk penelitian memenuhi kriteria sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

### 2. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, waktu penelitian disesuaikan dengan batas waktu yaitu bulan Maret sampai dengan Agustus tahun 2017.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* yang berarti tidak terbatas, tidak terhingga atau jumlahnya tidak diketahui. Dimana populasinya adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan membeli produk di Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2016:81). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 40 sampel. Hal itu didapat dari jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Menurut Arikunto (2013:174) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Salah satunya yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling* (secara acak) merupakan teknik

sampling yang mengambil anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden, yaitu konsumen yang pernah berkunjung dan membeli produk di Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri.

## E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:102), instrumen penelitian yaitu sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

1. Uji Validitas
2. Reliabilitas

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### A. Hasil Analisis Data

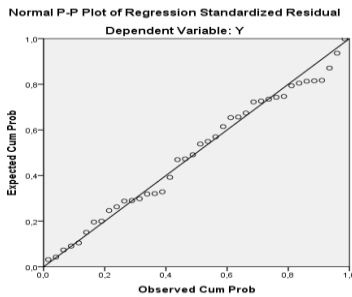
Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan data penelitian yang digunakan adalah data primer, yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan cara melihat grafik *normal probability plot* yang

mempbandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis data akan mengikuti garis yang diagonal. Hasil uji spss versi 23 diperoleh gambar sebagai berikut:



Dari gambar 4.1 dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi diantara variabel bebas. Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,517	1,934
Harga	,945	1,059
Promosi	,535	1,870

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan  
Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan hasil tersebut maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan sebesar 1,934, harga sebesar 1,059 dan promosi sebesar 1,870, karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* kualitas pelayanan sebesar 0,517, harga 0,945 dan promosi 0,535 karena nilai ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,1.

**c. Uji Autokorelasi**

Berikut ini hasil uji Durbin Watson yang nilainya akan dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

Model Summary<sup>b</sup>

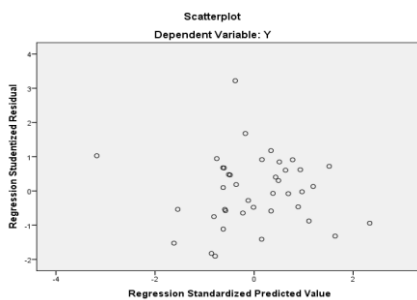
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,778	1,852

a. Predictors: (Constant), promosi, harga, kualitas pelayanan  
b. Dependent Variabel: kepuasan pelanggan  
Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson* (*DW Test*) sebesar 1,852. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 40 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka ditabel *durbin watson* akan didapatkan batas atas (du) 1,658, sehingga  $4 - du = 4 - 1,658 = 2,342$ . Dengan demikian diketahui nilai *Durbin Watson* terletak antara du s/d  $4 - du$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi dan uji asumsi klasik telah terpenuhi.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Berikut ini hasil dari pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan *scatterplot*. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



Berdasarkan gambar 4.2, diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik

menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

**2. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda**

Hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebagai berikut:

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

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,517	1,934
Harga	,945	1,059
Promosi	,535	1,870

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.10, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$$Y = 2,995 + 359X_1 + 556X_2 + 273X_3$$

Artinya:

- a. Nilai a yaitu 2,995, artinya semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.
- b. Regresi X1 0,349, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan

sebesar 0,349 bila variabel lainnya konstan.

- c. Regresi X2 0,556, artinya bahwa setiap peningkatan harga secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,556 bila variabel lainnya konstan.
- d. Regresi X3 0,273, artinya bahwa setiap peningkatan promosi secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,273 bila variabel lainnya konstan.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,887 <sup>a</sup>	,786	,768

- a. Predictors: (Constant), promosi, harga, kualitas pelayanan
- b. Dependent Variabel: kepuasan pelanggan

Sumber: Output IBM SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui nilai *adjusted r square* adalah sebesar 0,786. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 78,6%,

berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 21,4%, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

### B. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek cabang Kediri. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek.
- 2) Berdasarkan analisis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek.
- 3) Berdasarkan analisis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa ada

pengaruh secara positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek.

- 4) Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek.

#### IV. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta Bina Aksara.
- Kotler and Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Luthfia. Widha Emil. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada coffe shop kofishop Tembalang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Mustaqim dan Amboningtyas. 2016. *Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan dan Admosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)*. Semarang: Universitas Pandanaran.
- Prasetio, Ari. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki cabang Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Widodo, Okky Wenkyca. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada 123 Design and Photography di Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.