JURNAL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN PIZZA HUT DI KOTA KEDIRI

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE, QUALITY OF PRODUCTS AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE RESTAURANT OF PIZZA HUT IN CITY KEDIRI

Oleh:

RETNO BUDIARSIH
NPM. 11.1.02.02.0072

Dibimbing oleh:

1. Dr. Sri Aliami, M.M.
2. Ema Nurzainul H, S.E., M.M

FAKULTAS EKONOMI (FE)
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	RETNO BUDIARSIH
NPM	:	11.1.02.02.0072
Telepun/HP	:	0081331222717
Alamat Surel (Email)	:	retnobudiarsih@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut di Kota Kediri
Fakultas – Program Studi	:	Fakultas Ekonomi – Program Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jln. Kh. Ahmad Dahlan No.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, 18 Agustus 2017
Pembimbing I,	Pembimbing II,	Penulis,
Dr. Sri Aliami, M.M. NIDN. 0716086403	Ema Nurzainul H, S.E., M.M NIDN. 0727127801	Retno Budiarsih NPM. 11.1.02.02.0072

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN PIZZA HUT DI KOTA KEDIRI

RETNO BUDIARSIH
NPM. 11.1.02.02.0072
FE – Program Manajemen
email:retnobudiarsih@gmail.com
Dr. Sri Aliami, M.M.[1] dan Ema Nurzainul H, S.E., M.M[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Retno Budiarsih. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri. Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi UNP Kediri, 2015.

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kualitas pelayanan adalah "tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri. 2) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri. 3) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri. 4) Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri.

Teknik penelitian ini adalah teknik korelasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian di restoran *Pizza Hut* Kota Kediri.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri. 2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri. 3) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.4) kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*adjusted* R^2) yang diperoleh sebesar 569. Hal ini berarti 56,9% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sedangkan sisanya yaitu 43,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan bagi manajemen perusahaan mengenai pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk serta dapat memperhatikan harga pada Restoran *Pizza Hut* Kediri sehingga diharapkan konsumen lebih tertarik untuk datang berkunjung karena kualitas pelayanan yang baik serta kualitas produk yang memuaskan dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen

I. LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat pada saat sekarang ini, maka sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan. Keadaan masyarakat saat ini dipengaruhi oleh aspirasi dan lingkungan mereka. Kebudayaan, sub kebudayaan, kelompok acuan dan kecenderungan gaya hidup dapat menyebabkan masyarakat mengubah keadaan sesuai yang mereka inginkan dalam pemenuhan kebutuhannya.

Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis dewasa ini yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti restoran, kafetaria, *coffee shop*, restoran yang tersedia di dalam hotel dan lain sebagainya, tidak terlepas dari sejarah perkembangan budaya makan di luar rumah serta makin maraknya mobilisasi manusia melakukan aktivitasnya di luar rumah.

Persaingan bisnis restoran dan rumah makan yang semakin ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha tersebut. Agar dapat memenangkan persaingan, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usahanya dan lingkungan yang terus–menerus berubah dan berkembang. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan pelanggan yang terus berubah. Banyak perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Soekresno, 2000:15).

Menurut Oliver (2007:31), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen membuat perusahaan harus memahami perilaku dan memenuhi maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Walker, 2001:35). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak

langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil kepuasan konsumen. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton (2004:17) harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Sedangkan kualitas produk adalah faktor yang tak kalah penting bahwa produk makanan yang enak dengan harga terjangkau pasti akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya, apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli produk pada kesempatan lain.

Jika ketiga aspek tersebut apabila dapat berjalan dengan baik, maka konsumen akan merasa puas, sedangkan pada kenyataannya tidak demikian. Sebagai salah satu jenis bisnis yang sedang marak beberapa tahun belakangan ini adalah usaha dalam bidang kuliner. Dunia kuliner tidak pernah berhenti, melainkan terus mengikuti perkembangan jaman. Para pemilik rumah makan pun tidak segan-segan lagi untuk memadukan berbagai cita rasa masakan mereka terutama salah satunya restoran *Pizza Hut* yang dikenal dengan sebutan si atap merah.

Dari hasil wawancara dengan operational manager *Pizza Hut*, peneliti mengambil dua variabel dari bauran pemasaran yaitu *product, price* dan menambahkan variabel kualitas pelayanan karena tiga variabel itulah yang paling dominan yang menyebabkan konsumen mau membeli produk makanan di *Pizza Hut*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui dan menganalisa lebih jauh apakah faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen di *Pizza Hut* ini serta variabel manakah yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri.

II. METODE

A. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian ini adalah penelitian deskriptif maka akan diperoleh deskripsi masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen di *Pizza Hut*.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan untuk analisis data menggunakan analisis kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri Jawa Timur yang beralamat Kediri Mall, Lt. GF. Big shop 2/82 Jln. Hayam Wuruk No. 46 Kediri. Alasan peneliti memilih tempat *Pizza Hut* karena judul dan masalah penelitian ini berkaitan dengan tempat yang diteliti. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama kurang lebih 5 bulan terhitung sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2015.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek / obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian di restoran *Pizza Hut* Kota Kediri

2. Sampel

Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 orang responden. Kriteria pemilihan sampel tersebut adalah:1) konsumen restoran *Pizza Hut* dan berusia mulai dari 15 tahun ke atas, 2) konsumen yang berbelanja > 3 x, 3) konsumen *Pizza Hut* yang sudah belanja/ pelanggan tetap

D. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang diukur dari sejumlah indikator yang dinyatakan (kuesioner). Dari hasil responden tersebut akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan program

SPSS versi 17.0. Analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda uji-t dan uji-F.

III. PEMBAHASAN dan KESIMPULAN

PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	15.079	5.025		3.001	.005
Kualitas Pelayanan (X1)	.706	.197	.467	3.583	.001
Kualitas Produk (X2)	.368	.172	.308	2.146	.039
Harga (X3)	-.674	.177	-.480	-3.819	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS 17.0

Pembahasan diarahkan pada upaya menjawab permasalahan utama penelitian yaitu "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran *Pizza Hut* di Kota Kediri". Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial dan simultan.

Tabel 2
Hasil Uji t

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	15.079	5.025		3.001	.005
Kualitas Pelayanan (X1)	.706	.197	.467	3.583	.001
Kualitas Produk (X2)	.368	.172	.308	2.146	.039
Harga (X3)	-.674	.177	-.480	-3.819	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS 17.0

Tabel 3
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	413.911	3	137.970	15.859	.000[a]
	Residual	313.189	36	8.700		
	Total	727.100	39			

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: output SPSS 17.0

Pembahasan diarahkan pada upaya menjawab permasalahan utama penelitian yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, secara parsial berpengaruh dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,583 dan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 hal ini telah terbukti, sehingga H_1

penelitian ini diterima atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini rasional karena sesuai dengan tanggapan responden bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas pelayanan yang terbaik diharapkan konsumen tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan bahwa *Pizza Hut* pernah mendapatkan penghargaan dari QSC awardari Pizza Hut International pada tahun 1989 sebagai salah satu dari 10 restoran terbaik di dunia.

Kenyataan ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diperjelas oleh hasil analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda juga mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0.706. Hasil penelitian ini sesuai pendapat Parasuraman, et al. (2008:148), "*service quality"* dapat didefinisikan sebagai "seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh". Sedangkan Lovelock dalam Tjiptono (2004:52) menyatakan bahwa "kualitas pelayanan" adalah "tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen".

Mengingat bahwa kepuasan konsumen memiliki reaksi secara keseluruhan antara harapan konsumen terhadap kualitas layanan ada produsen yang merasa puas dan ada yang tidak, karena setiap konsumen memiliki penilaian yang berbeda-beda. Karena ada begitu banyak konsumen yang menggunakan produk dan setiap konsumen memiliki penilaian berbeda, sikap yang berbeda, dan berbicara secara berbeda. Yang paling berbahaya adalah ketika konsumen berbicara dari mulut ke mulut. Sebab hal ini bisa menghentikan setiap perkataan seseorang, bahkan jika sudah memberikan yang terbaik dari yang terbaik, mereka masih membicarakan kekurangan produk.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, secara parsial berpengaruh dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,146 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,039 < 0,05 hal ini telah terbukti, sehingga H_2 penelitian ini diterima atau dengan kata lain variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini rasional karena sesuai dengan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan. Dalam tanggapannya responden menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Kenyataan ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat diperjelas oleh hasil analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda juga mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas produk maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0.368. Hasil penelitian ini sesuai menurut Kotler (2000: 347), kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Komarrudin (2009:253), mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut: karena itu kualitas tersebut dapat menggambarkan salah satu dari hal-hal seperti kemampuan untuk mempergunakan (*fitness for use*), kelas atau derajat (*grade*), mutu kecocokan (*quality of conformance*), dan nama sebuah bagian dalam organisasi (*quality department*).

Dengan demikian, suatu produk merupakan kadar dari tingkat baik buruknya suatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa sehingga barang tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh para konsumen produk tersebut.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rezki (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis ketiga yang diajukan menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, secara parsial berpengaruh dengan nilai t_{hitung} sebesar -3,819 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 hal ini telah terbukti, sehingga H_3 penelitian ini diterima atau dengan kata lain variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini rasional karena sesuai dengan tanggapan responden mengenai harga. Dalam tanggapannya responden menyatakan bahwa harga yang diberikan oleh *Pizza Hut* sesuai kualitas

produk yang dihasilkan pada menu *Pizza Hut*, kenyataan yang terjadi bahwa konsumen *Pizza Hut* rata-rata adalah kelas menengah ke atas sehingga harga yang diberikan oleh restoran *Pizza Hut* sesuai dengan kemampuan dan pendapatannya, meskipun banyak para pelajar karena mengikuti gaya masa kini yang mengungkapkan kata "*keren kalau bisa makan di Pizza Hut*".

Kenyataan ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen dapat diperjelas oleh hasil analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda juga mengindikasikan bahwa setiap penurunan satu satuan harga maka kepuasan konsumen juga akan menurun sebesar -0.674. Hasil penelitian ini sesuai menurut Sedangkan menurut Tjiptono (2004:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas penggunaan suatu barang. Kotler (2005:245), menyatakan bahwa harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya.

Dengan demikian, bahwa harga yang diberikan oleh menu *Pizza Hut* sesuai dengan kemampuan konsumennya, hal tersebut dikarenakan rata-rata pelanggannya pada Pizza Hut tergolong pada kelas menengah ke atas serta para pelajar yang menjaga *image*. Dalam studi itu menunjukkan bahwa konsumen tidak selalu ingat harga yang sebenarnya dari sebuah produk. Sebaliknya, mereka mengkodekan harga dengan cara yang bermakna bagi mereka.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis keempat menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner, responden menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Hal tersebut juga diperkuat oleh Walker, et al. (2001:35) kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan

konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Berdasarkan hasil uji F test pada Tabel 4.15. didapatkan F_{hitung} sebesar 15,859 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_4 penelitian ini diterima atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memiliki reaksi secara keseluruhan antara harapan konsumsi tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan konsumen. Karena ada begitu banyak konsumen yang menggunakan produk dan setiap konsumen menggunakannya secara berbeda, sikap yang berbeda, dan berbicara secara berbeda. Yang paling berbahaya adalah ketika konsumen berbicara dari mulut ke mulut. Sebab hal ini bisa menghentikan setiap perkataan seseorang, bahkan jika sudah memberikan yang terbaik dari yang terbaik, mereka masih membicarakan kekurangan produk.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2013), Rezki (2014) dan Wibowo (2013), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ternyata secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran *Pizza Hut* Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, Desy Purwanti. 2014. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya. Jurnal. Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.

Bagus. 2012. *Pengaruh Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang Dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Painluva Seminyak Bali*. Skripsi: Bali: Universitas Udayana.

Berman, B. dan J. R. Evans. 2001. *Retail Management: a strategic approach (8th ed.)* Upper saddle River: Pretice Hall International, Inc.

Kotler Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.

Lamb, W.Hair, Mc. Daniel, Carl, 2001, *Pemasaran*, Buku Satu, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.

Levvy, Michaeil and Barton Weitz. 2001. *Retailing Management*. International Edition. New York: McGraw-Hill.

Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung Linda Karya.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Surakhmad. 2008. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito.

Suryani, Ade. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas, Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada DR. Resto Padang. Padang. Jurnal. Universitas Negeri Padang.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibowo, Ari Susanto. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP UNDIP, p.126