

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN POPOLAMAMA DI TANGERANG

*Denysa Ratna Ardianingrum¹, Muhammad As Ad²
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Abstract.

This research aims to determine the influence of Service Quality, Place Atmosphere and Price on Consumer Satisfaction at the Popolamama Restaurant in Tangerang simultaneously or partially. The data used is primary data collected through distributing questionnaires to 100 respondents who had visited the Popolamama restaurant. The quantitative method and results of this research are based on respondents' answers using a Likert scale. The analytical method used in this research is multiple linear regression test, F test, t test and coefficient of determination. The results of this research show that using the F test (simultaneous) there is a significant influence between service quality, atmosphere and price on consumer satisfaction. The t test (partial) shows that service quality has no influence on customer satisfaction, the atmosphere of the place has a significant influence on customer satisfaction, and price has a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Quality of Service, and Atmosphere of Place, Price.*

Cronicle of Article:Received (11,02,2024); Revised (15,02,2024); and Published (28,02,2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Denysa Ratna Ardianingrum adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* denysaratna3@gmail.com

How to cite this article : Ardianingrum R D, As Ad Muhammad (2024) "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Popolamama Di Tangerang". *Adbispreneur*, 4 (1), pp. 57-61. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Bisnis di bidang usaha makanan mengalami perkembangan yang sangat pesat beberapa tahun ini, seiring dengan besarnya kebutuhan Masyarakat akan makanan sebagai kebutuhan primernya. Perubahan ekonomi yang terjadi di Indonesiaternyata tidak mempengaruhi perkembangan Industri makanan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya bisnis makanan yang dibuka mulai dari yang berskala kecil, sedang, hingga berskala besar dengan tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan Masyarakat akan makanan. Pemilik usaha makanan bersaing untuk menarik minat konsumen dikarenakan banyaknya tempat usaha makanan baru yang telah dibuka, sehingga konsumen semakin banyak pilihantempat dalam memilih restoran. Pemilik usaha melihat dari sisi konsumen, bahwa terjadi perubahan perilaku konsumen dalam memilih tempat makan. Konsumen dalam memilih tempat makan bukan lagi sekedar untuk memenuhi rasa akan lapar, restoran menjadi tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan rekan bisnis, keluarga, kenalan baru, bahkan bagi kelompok konsumen tertentu. Berdasarkan konsep pemikiran dan harapan para manuis modern saat ini, maka bisnis makanan yang dapat disajikan dengancepat menjadi salah satu daya Tarik atau minat pelanggan untuk membelinya. Manusia mulai mewujudkan harapannya dengan membuka bisnis makanan yang salah satunya seperti restoran cepatsaji.

LITERATUR REVIUW

1. Kualitas Pelayanan Perusahaan yang maju adalah perusahaan yang senantiasa memberikan kualitas atas barang atau jasa yang dijualnya. Kualitas menjadi satu modal utama perusahaan dalam memasarkan produknya kepada publik. Dengan kualitas produk yang baik akan memberikan kesan kepada public untuk menumbuhkan kepuasan terhadap pelanggan (Fikri, Wiyani, & Suwandaru, 2016) tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui sebarapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.
2. Suasana tempat merupakan satu faktor yang mampu untuk menarik perhatian konsumen. Dengan adanya suasanya yang baik, Perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Suasana tempat mempengaruhi emosi konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen tersebut untuk melakukan pembelian. Store Atmosphere menurut Kotler (2016:65) adalah suasana (atmosphere) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram.
3. Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya tidak. Harga adalah elemn termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan. Hara juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan pada pasar.
4. Kepuasan Konsumen Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi,

pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini Menggunakan metode pendekatan Kuantitatif . Menurut Sugiyono (2017:8) “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	28,335	11,486		2,467	.015
Kualitas Produk	-,004	.087	.004	-,042	.967
Harga	,289	.108	.271	2,673	.009
Lokasi	,298	.097	.323	3,066	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari Hasil analisis dan pengalaman persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: a. Nilai konstanta sebesar 28,335 yang artinya jika Kualitas Pelayanan (X1), Suasana Tempat (X2), Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) nilainya 0, maka kepuasan konsumen akan bernilai 28,335. b. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,004 yang artinya jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat 1 satuan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,004, koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. c. Koefisien regresi Suasana Tempat (X2) sebesar 0,289 yang artinya jika variabel Suasana Tempat meningkat 1 satuan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,289, koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen. d. Koefisien regresi Harga (X3) sebesar 0,289 yang artinya jika variabel Harga meningkat 1 satuan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,289, koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen. e. Nilai standar error untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi sehingga nilai e yang diperoleh sebesar 11,486.

2. Uji Koefisien Determenasi

Tabel 1.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 ^a	.166	.158	3,627

a. Predictors: (Constant), Suasana Tempat

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Besarnya nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh dengan perhitungan Statistical Hasil penelitian tabel 4.15 menghasilkan nilai koefisien determinasi atau Adjusted R square adalah 0,166(16,6%) yang menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independent (Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Harga) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 16,6% sedangkan sisanya sebesar (100%-16,6%= 83,4%) dipengaruhi oleh variabel lain(Kualitas Produk,Promosi,Lokasi,bukti fisik) yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Uji Parsial (Uji t)

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependen, cara melakukan uji t dengan Tingkat signifikan (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table. • Jika t hitung > t table maka, Ho di tolak. • Jika t hitung < t table maka, Ho diterima. Berdasarkan signifikasi: • Jika signifikasi > 0,05 maka, Ho diterima. • Jika signifikasi > 0,05 maka, Ho ditolak.

4. Uji Anova (Uji F)

Uji F menunjukan apakah semua variabel independent mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan Keputusan dengan Tingkat signifikan (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

- 1) Jika F hitung > F tabel Ho di tolak dan Ha diterima, artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
- 2) Jika F hitung < F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh simultan dari variabel berdasarkan nilai signifikan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1. Variabel Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Harga pada Restoran Popolamama berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengaruhnya sebesar 16,6. 2. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada Restoran Popolamama tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. yang dimana memiliki nilai sebesar (-0,42) 3. Secara parsial variabel Suasana Tempat (X2) pada Restoran Popolamama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengaruhnya sebesar 2,673 4. Secara parsial variabel Harga (X3) pada Restoran Popolamama. berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengaruhnya sebesar 3,066.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman dan Evans, 2013. "Retail Management". 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrili Chatterjee. 2018. Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Chairudin Sofyan, Jantje L. Sepang, Sjendry Loindong. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Whts's Up Café Manado.
- Clara A. M. Rooroh, Slicyljeova Moniharapon Sjendry S.R Loindong, 2020. Pengaruh Suasana Café, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Casa De Wanae Manado).
- Dini Choirunisa. 2021. Proses Administrasi Warehouse Dan Stock Opname Barang PT Tirta Investama (Danone Aqua).
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G, M. 2017. Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Keler. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih Bahasa Bob Sabran, MM. Jakarta. Erlangga.
- Natalia, D. S., Winarto, & Rajagukguk, T . 2021. Pengaruh Harga, Suasana, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Minum Kopi Medan Johor. Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix, 4(1), 55-64.
- Nawari, N., & Setyawati, S. D. 2019 . Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Tempat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Asih Jaya Babat. J-MACC: Journal of Management and Accounting, 2(2), 175–188.<https://doi.org/10.52166/j-macc.v2i2.1662>
- Resti Dewi Yanti, Muchlis Muchlis, Hepny Samosir. 2023 Rancang Bangun Aplikasi Adminitrasi Pernikahan Pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Sungai Rotan Berbasis Web.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D 2017, Alfabea, Bandung.