



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 3095-3107

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Resto Seafood Setti Hj. Etti)

Melia Febiyanti<sup>1✉</sup>, Hendri Sucipto<sup>2</sup>, Syarifful Ikhwan<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhadi Setiabudi Indonesia

Email : [meliafebiyanti19@gmail.com](mailto:meliafebiyanti19@gmail.com)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Resto Seafood Setti Hj Etti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Resto Seafood Setti Hj Etti. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda  $Y = 1,657 + 0,446 (X1) + 0,392 (X2) + 0,245 X3 + e$  Dari hasil uji t membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung  $> t$ -tabel yaitu  $(3,971 > 1,966)$ , kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung  $> t$ -tabel yaitu  $(3,628 > 1,966)$ , dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung  $> t$ -tabel yaitu  $(2,359 > 1,986)$ . Kemudian dari hasil uji F membuktikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Seafood Setti Hj Etti dengan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu  $(87,105 > 3,128)$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan Resto Seafood Setti Hj Etti. Dari hasil uji determinasi nilai R Square sebesar 0,731, hal ini mengandung arti bahwa variabel X1, X2, X3 memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y sebesar 73,1 % dan 26.9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci : *Kualitas produk, kualitas pelayanan, Harga, kepuasan pelanggan*

## Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality and price on customer satisfaction at Resto Seafood Setti Hj Etti. This study uses a quantitative approach and uses primary data by distributing questionnaires to consumers of Resto Seafood Setti Hj Etti. The research results obtained multiple linear regression equation  $Y = 1.657 + 0.446 (X1) + 0.392 (X2) + 0.245 X3 + e$ . From the results of the t test proves that partially the product quality variable has a significant effect on customer satisfaction with t-count > t-table that is  $(3.971 > 1.966)$ , service quality has a significant effect on customer satisfaction with t-count > t-table  $(3.628 > 1.966)$ , and price has a significant effect on customer satisfaction with t-count > t-table  $(2.359 > 1,986)$ . Then the results of the F test prove that product quality, service quality, and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Resto Seafood Setti Hj Etti with the F-count value greater than F-table, namely  $(87.105 > 3.128)$  with a significance value of  $0.000 < 0,05$ . Based on the results of this analysis, it can be concluded that product quality, service quality and price have a significant influence both partially and simultaneously on customer satisfaction at Resto Seafood Setti Hj Etti. From the results of the determination test the R Square value is 0.731, this means that the variables X1, X2, X3 have a simultaneous influence on the Y variable of 73.1% and 26.9% are influenced by other factors.

Keyword: *Product quality, service quality, price, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang sangat pesat, salah satunya dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan pada jumlah usaha yang sejenis disebabkan oleh persaingan yang semakin kuat. Persaingan yang sangat kuat menuntut para pengusaha dapat menentukan langkah yang tepat untuk berkompetensi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi. Pasar yang semakin maju mengharuskan bagi para pelaku usaha membuat inovasi untuk mendapatkan, mempertahankan dan menambah konsumen. Maka dari itu dalam menghadapi keadaan dan situasi yang demikian, pengusaha mampu lebih tanggap dan cepat dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya berkembang dengan sangat baik. cara salah satunya dengan melakukan aktivitas pemasaran untuk mencapai keberhasilan.

Makanan merupakan sebuah kebutuhan serta gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari sebab setiap orang memerlukan makanan serta minuman yang sangat diperlukan oleh tubuh untuk beraktivitas mulai hidangan sederhana sampai sajian yang berkelas tinggi dan glamor. Di Jawa Tengah khususnya Kabupaten Brebes, perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dapat ditemui. Banyaknya perusahaan dikabupaten brebes yang berjalan dalam bidang makanan yang membuat persaingan semakin ketat antar perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan mendapatkan laba serta jumlah konsumen meningkat dan setia pada perusahaanya.

Resto seafood didirikan oleh Hj. Etti Setiowati yang berlokasi di Jl. Kh. Hasyim Ashari Ps. Batang, Kec. Brebes, Kab. Brebes Jawa tengah. Salah satu rumah makan yang menyajikan menu spesial yaitu Kepiting bakar asap, mix sea food kepiting soka telur asin, cumi dabu-dabu, udang bakar madu dan ikan bandeng lumpur. Selain itu Resto Seafood Setti Hj. Etti menyediakan menu ayam bakar atau ayam goreng, cumi saos tiram dan juga lebih banyak menu lainnya. Tersedianya berbagai fasilitas seperti karaoke, musholah, kipas angin dan sebagainya, untuk memberikan daya tarik bagi para pelanggan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Resto Seafood Setti Hj, Etti memiliki 10 karyawan yang terdiri dari 3 perempuan dan 7 laki-laki.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan rumah makan dan restoran selalu memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran seperti kualitas produk kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Menyadari akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, restoran harus berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan pelanggannya. Dengan memberikan kepuasan terhadap konsumen maka konsumen cenderung akan membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi (Asti & Ayuningtyas, 2020). Oleh karena itu perusahaan dituntut secara terus-menerus untuk memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan bagi konsumen.

Kualitas produk mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran produk yang merupakan kemampuan dalam memperlihatkan fungsinya kepada satu pihak ke pihak lainnya (Sari et al., 2022). Menurut Kotler & Amstrong (2017, p.31) dikutip dari Brilliance Hymy Imanuel dan Sherly Tanoto (2019) Kualitas layanan dalam setiap perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan menuntut agar produk atau jasa yang diberikan perusahaan dapat memberi kepuasan yang besar. Menurut Pusparani dan Rastini (2014) dikutip dari Nura Ludita Kartikaningtyas (2020) semakin tinggi tingkat kualitas maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dengan tingginya kepuasan konsumen yang dirasakan, maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Menurut Widodo (2021) kepuasan konsumen konsumen menjadi tolak ukur untuk selalu diperhatikan oleh para pelaku bisnis dibidang kuliner dalam menjalankan bisnisnya. Konsumen akan merasa puas terhadap barang atau jasa yang ditawarkan apabila produk yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari yang mereka harapkan.

Tabel 1. Data Pendapatan Penjualan Resto Seafood Setti Hj. Etti

	Bulan	Pendapatan (Rp)	Selisih/bulan (Rp)	Jumlah pembeli	
Sumber :	Desember	58.881.000		1.160	Data
	Januari	75.639.000	+ 16.758.000	1.500	
	Februari	38.787.000	- 36.852.000	760	
	Jumlah	173.307.000		3.420	

pendapatan Resto Seafood Setti Hj. Etti perbulan febuari 2023

Dari data diatas terlihat pendapatan di bulan desember Rp58.881.000, pendapatan dibulan januari Rp75.639.000 mengalami peningkatan sebesar Rp16.758.000, sedangkan pendapatan dibulan februari Rp38.787.000 mengalami penurunan sebesar Rp36.852.000. Seharusnya, volume penjualan Resto Seafood Setti Hj. Etti dapat meningkat tetapi mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan. Penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang berjalan tidak sesuai dengan fungsinya, menyebabkan penjualan tidak maksimal. Jika hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menimbulkan dampak negatif seperti kerugian pendapatan dan kehilangan konsumen. Persaingan pasar yang ketat menuntut pelaku usaha untuk memberikan inovasi-inovasi yang menunjang peningkatan bisnisnya seperti inovasi produk yang akan dijualnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penellitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Resto Seafood Setti Hj Etti.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang menganalisis data yang secara statistik. Penelitian ini dilakukan di Resto Seafood Setti Hj Etti. Instrumen pengumpulan data adalah kusioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik kuantitatif dengan melakukan uji t, F dan Regresi berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui pembedaan suatu perilaku seseorang dalam berperilaku, penyaljian dalat responden tersebut dalpat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	57	57,0%
Perempuan	43	43,0%
Total	100	100,0

Sumber : Hasil penelitian

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan perilaku individu menggambarkan tanggung jawab dan pengalimaan individu hal ini dalpat dilihat berdasarkan usia yang dialnggalp mengetahui informasi terkait minat beli produk. Dalpat dilihat sebagai berikut

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Persentase
17-25 tahun	11	11,0%
26-35 tahun	29	29,0%
36-40 tahun	34	34,0%
41-55 tahun	26	26,0%
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Penelitian

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah suatu kondisi dimana jenjang pendidikan yang lebih tinggi yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan yang lebih formal sehingga dalpat menalalm sebuah pola pikir yang berbeda dalam melakukan keputusan pembelian. Dalpat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik Responden	Jumlah responden	Persentase
SD/MI	17	17,0%
SMP/MTS	21	21,0%
SMA/SMK	47	47,0%
DIPLOMA/S1	15	15,0%
Total	100	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur validnya suatu alat, dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 5. Uji Validitas kualitas produk

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Signifikan	keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,810	0,1966	0,00	Valid
	X1.2	0,756	0,1966	0,00	Valid
	X1.3	0,764	0,1966	0,00	Valid
	X1.4	0,800	0,1966	0,00	Valid
	X1.5	0,811	0,1966	0,00	Valid
Kualitas pelayanan	X2.1	0,768	0,1966	0,00	Valid
	X2.2	0,791	0,1966	0,00	Valid
	X2.3	0,832	0,1966	0,00	Valid
	X2.4	0,573	0,1966	0,00	Valid
	X2.5	0,713	0,1966	0,00	Valid
Harga	X3.1	0,779	0,1966	0,00	Valid
	X3.2	0,722	0,1966	0,00	Valid
	X3.3	0,840	0,1966	0,00	Valid
	X3.4	0,851	0,1966	0,00	Valid
	X3.5	0,834	0,1966	0,00	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,825	0,1966	0,00	Valid
	Y2	0,828	0,1966	0,00	Valid
	Y3	0,791	0,1966	0,00	Valid
	Y4	0,843	0,1966	0,00	Valid
	Y5	0,799	0,1966	0,00	Valid

Sumber : Hasil Penelitian

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator untuk mengukur suatu variabel yang digunakan ini memiliki koefisien korelasi r hitung lebih besar (>) dari r tabel = 0,1966 dari 100 responden yang artinya semua indikator dapat dinyatakan Valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sejauh mana realibilitas alat ukur yang dapat digunakan dalam penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus alfa cronbach.

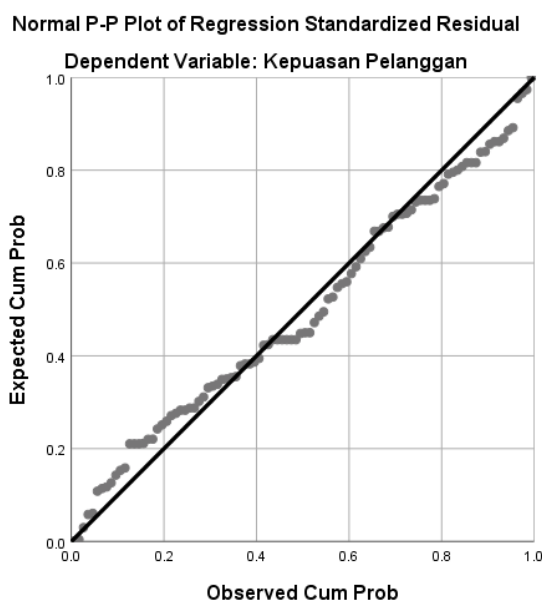
Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas produk	0,846	0,6	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,792	0,6	Reliabel
harga	0,864	0,6	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,876	0,6	Reliabel

Sumber : hasil penelitian

Hasil uji reliabilitas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 yang artinya semua variabel-variabel ini dapat digunakan atau dapat dipercaya. Karenanya hasil pengujian sesuai dengan ketentuan teori.

### Uji Normalitas Residual



Gambar : Uji Normalitas Residual

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa pada grafik normal probability plot titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal atau tidak terjalur jauh dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa syarat dari uji normalitas terpenuhi.

Uji T

Tabel 11. hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.657	1.389		1.473	.237
	Kualitas Produk	.446	.112	.444	3.971	.000
	Kualitas Pelayanan	.392	.108	.327	3.628	.000
	Harga	.245	.107	.241	2.359	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel 11 di atas, adapun pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)

Uji pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dari hasil perhitungan ternyata hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu (3,971 > 1,966) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000 < 0,05). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dalam variabel ini, koefisien regresinya positif yang berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X2) dalam Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dari hasil perhitungan, ternyata hipotesis H2 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu (3.628 > 1,986) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000 < 0,05). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dalam variabel ini, koefisien regresinya positif yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh variabel Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji pengaruh variabel harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dari hasil perhitungan, ternyata hipotesis H3 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu (2,358 > 1,966) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,017 < 0,05). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Seafood Setti Hj Etti. Dalam variabel ini, koefisien regresinya positif yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Uji F

Pengujian uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh co-dependen terhadap variabel terikat, perhitungan uji f sebagai berikut:

Tabel 12. Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	635.408	3	211.803	87.105	.000 <sup>b</sup>
	Residual	233.432	96	2.432		
	Total	868.840	99			

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

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 87,105. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig<0,05) maka kesimpulannya adalah signifikan. Dari tabel di atas diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka keputusannya adalah signifikan. Artinya H4

diterima. yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk nilai F hitung dalam persamaan ini sebesar 87,105 adapun untuk nilai F tabel untuk jumlah data sebanyak 100, dengan jumlah variabel bebas sebanyak 3 dan variabel terikat sebanyak 1 dan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,128, maka F hitung 87,105 lebih besar dari F tabel 3,128 sehingga kepusan pelanggan  $H_a$  diterima, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis yang mempunyai dua variabel atau lebih yang terdiri atas variable dependen (Y) dan variable independen (X) yang dipakai untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2016).

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.657	1.389		1.473	.237		
	Kualitas Produk	.446	.112	.444	3.971	.000	.224	4.468
	Kualitas Pelayanan	.392	.108	.327	3.628	.000	.344	2.905
	Harga	.245	.107	.241	2.359	.017	.260	3.850

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan tabel 13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai konstanta  $\alpha$  sebesar 1,657 dan koefisien regresi  $\beta_1$  0,446;  $\beta_2$  0,392;  $\beta_3$  0,245. Menunjukkan bahwa jika Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) nilainya 0 maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah

14,362 Hasil pengujian dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots$$

$$Y = 1,657 + 0,446 (X_1) + 0,392 (X_2) + 0,245 X_3 + e$$

- 1 Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,446. Nilai koefisien ini menunjukkan hubungan positif kualitas terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika terjadi kualitas produk sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,446 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,327. Nilai koefisien ini menunjukkan hubungan positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan 0,327 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 3 Variabel Harga (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,245. Nilai koefisien ini menunjukkan hubungan positif harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti terjadi kenaikan kemudahan kepuasan pelanggan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan mengalami sebesar 0,245 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi yaitu mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan berbagai variabel terikat. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 14. Uji determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.855 <sup>a</sup>	.731	.723	1.55935	1.989
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen					

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, diketahui nilai R Square sebesar 0,731, hal ini mengandung arti bahwa variabel X1, X2, X3 memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y sebesar 73,1 % dan 26.9 % dipengaruhi oleh factor-factor lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas Produk positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan hasil t-hitung lebih besar dari pada t-tabel yaitu ( $3,971 > 1,661$ ) dan memiliki pengaruh dengan besaran 44,6%. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ )
2. Kualitas pelayanan memiliki arah yang positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan hasil t-hitung lebih besar dari pada t-tabel yaitu ( $3,628 > 1,661$ ) dan memiliki pengaruh dengan besaran 39,2%. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).
3. Harga memiliki arah yang positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan hasil t-hitung lebih besar dari pada t-tabel yaitu ( $3,628 > 1,661$ ) dan memiliki pengaruh dengan besaran 24,5%. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,017 > 0,05$ ).
4. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan hasil (F-hitung  $87,105 > F$ -tabel 3,128). Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari level of significant yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) yang artinya kualitas produk, kualitas pelayanan harga terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Brilliance Hymy Imanuel dan Sherly Tanoto, S.Psi., M. C. (Extn). (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel*. Agora, 7(1), 1–8.
- Nugroho, D. S., & Saryanti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri*. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 6(1), 151–163.
- Nur Aisyah Wiwi, Dumadi, Dewi Mulyani, I., & Rahmawati, T. (2021). *The Effect of Price, Production Cost and Promotion Costs on Tofu Sales Turnover*. Journal of Accounting and Finance, 1(02), 46–58.

- Nur Wahyuningsih<sup>1</sup>, S. E. (2021). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rocket chicken kota bima* 12. 2(5), 175–185.
- Pratama, A. Y., Ernitawati, Y., & Ikhwan, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan*. *Pjeb*, 1(1), 113–123.  
<http://jurnal.statistikawan.com/index.php/pje>
- Saraswati, Y. D. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda*. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(2), 95. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i2.4490>
- Sari, U., Sucipto, H., & Ernitawati, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Ikan Asin Pada Masa " Covid 19 " Di Kecamatan Losari ( Studi Kasus Di Perusahaan Aulia Putri Desa Kecipir )*. 1(3), 400–409.
- Widodo, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan)*. *men Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan*), 13(1), 2013–2015.