

**PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA SAKA CAFÉ
SIGLI KABUPATEN PIDIE**

Zulkifli⁽¹⁾

Badrul Laili⁽²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Jabal Ghafur)
zulkifli.usi@gmail.com⁽¹⁾ badrullaili7@gmail.com⁽²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie. Sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 Responden. Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS versi 2.1, dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis H_a dan sebaliknya hipotesis H_o ditolak. Dilihat dari perolehan nilai $F_{hitung} = 31.942$ dengan tingkat probabilitas 0,000. Sedangkan $F_{tabel} = 3,940$. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. $F_{hitung} (31.942) \geq F_{tabel} (3,940)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan bersama-sama secara signifikan oleh variabel Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan atau dengan kata lain penelitian ini menerima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

Kata Kunci: Kebijakan Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of price policy and service quality on customer satisfaction at Saka Café Sigli, Pidie Regency. Meanwhile, the samples in this study were 96 respondents. From the results of statistical calculations using SPSS version 2.1, it can be concluded that this study accepts the hypothesis H_a and vice versa, the hypothesis H_o is rejected. Judging from the acquisition of the F -count = 31,942 with a probability level of 0,000. While the F -table = 3,940. Because the probability is much smaller than 0.05. F -count (31,942) $\geq F$ table (3,940), it can be said that the Customer Satisfaction variable can be explained together significantly by the Price Policy and Service Quality variables, or in other words this study accepts the hypothesis H_a and rejects the hypothesis H_o .

Keywords: Price Policy, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pelanggan yang diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat "*winwin situation*" yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Dalam perusahaan ataupun usaha kepuasan menjadi peran yang sangat penting dalam pembelian suatu produk dan jasa yang dilakukan oleh konsumen. Banyak pendapat ahli yang dapat disimpulkan mengenai kepuasan konsumen, kepuasan konsumen adalah salah satu faktor penting untuk memprediksikan perilaku konsumen, tingkat kepuasan seorang konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara keinginan dengan harapannya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan/konsumen adalah faktor harga. Harga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Melihat kemampuan konsumen dalam membeli produk maka dapat menentukan kebijakan harga yang sesuai dengan tingkat pendapatan masyarakat. Kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, karena harga adalah salah satu unsur pemasaran di dalam keputusan konsumen melakukan pembelian produk yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yaitu kualitas dalam memberikan pelayanan yang cepat dan prima, hal ini merupakan signal umpan balik (*feedback*) dari para pengunjung atau

pelanggan, pelanggan akan senang jika dilayani dengan sepenuh hati dan dengan cepat, faktor ini merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan karena jika tidak, hal ini akan berujung pada kekecewaan pelanggan, pelanggan akan mudah bosan apabila pesanan dan mendapatkan *service* yang kurang sesuai dengan yang diinginkan.

Saka Café Sigli merupakan salah satu café/warung kopi yang sudah berdiri dan dianggap legendaris di Kabupaten Pidie, dimana dengan nama kas keacehan café ini juga pertama yang berani tampil beda dengan warung-warung kopi lain yang ada di Kabupaten Pidie, café yang menampilkan desain dua lantai dengan menampilkan fitur warna khasnya orange juga memiliki keunikan tersendiri yang berbeda dengan café yang lain, hal ini menjadi nilai tambah bagi kemajuan usahanya dan juga mampu membuat pelanggan akan merasa puas jika memilih nongkrong di café tersebut, café yang didesain khusus bersebelahan dengan Swalayan Sman Mark, dan penjualan *underwear*, juga di lokasinya tersedia lapangan olahraga antaranya lapangan futsal, lokasi dan desain ini sengaja diciptakan untuk meningkatkan kualitas berbagai macam pelayanan bukan semata-mata hanya sebatas meraup keuntungan yang berlipat ganda, Café yang terletak ditempat yang strategis berhadapan dengan kantor pemerintahan Bupati Pidie dan lintas jalan raya Nasional Banda Aceh-Medan tak mustahil tiap saat dipenuhi oleh berbagai kalangan dan perilaku dari konsumen yang menikmati waktu santai dan melakukan pertemuan sambil bersantai.

Fenomena yang terjadi saat ini di saka cafe menyangkut dengan kebijakan harga, bahwa harga yang ditawarkan kepada pelanggan relatif mahal hal ini disesuaikan dengan kelas warung kopi biasa, namun faktor ini bagus bagi pelanggan yang yang karakternya ingin mencari tempat yang bergensi, namun

faktor ini tidak berbentangan dengan pelanggan yang mayoritasnya kelas ekonomi kebawah. Faktor harga selalu jadi prioritas bagi semua pelanggan lebih-lebih masyarakat daerah tersebut yang rata-rata ekonomi belum begitu membaik secara rata-rata, jadi faktor harga bukanlah hal yang sepele melainkan perlu dikaji dari semua sisi agar pelanggan akan puas dan akan setia berlangganan, dilihat dari faktor kualitas pelayanan, pelanggan akan senang jika dilayani secara cepat tanpa memandang asal usul, jika pelayanan lama maka pelanggan biasanya akan merasa jenuh dan kecewa, faktor ini perlu ditata dengan rapi untuk membagi tugas para pekerja, apalagi saka café memiliki dua lantai dimana umumnya pelanggan kebanyakan memilih duduk di lantai atas akan memesan makanan dari dapur bawah, dimana hal ini kadang jadi faktor kealpaan para pekerja untuk meminimalisir keterlambatan pesanan dari pelanggan sehingga berakibat pada kekecewaan pelanggan.

STUDI KEPUSTAKAAN

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Rotinsulu (2014:15) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan konsumen). Harga akan mampu mempengaruhi *customer satisfaction* apabila harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima. menurut Effendi (2007:197) Syarat-syarat penetapan harga terpisah dan berbeda dari penentuan tingkat harga, karena kebijakan harga yang ada dapat sama untuk harga yang berlainan dan perbedaan kebijakan merupakan suatu perhatian sebagai keputusan rutin mereka membantu sebagai jalan bagi pimpinan perusahaan dalam mengikuti penentuan keputusan harga. Menurut Moekijat (2007:441) “Kebijakan harga adalah suatu keputusan-keputusan mengenai harga-harga

yang akan diikuti untuk suatu jangka tertentu”.

Alma (2015:169) mengatakan Kebijakan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan di ikuti untuk satu jangka waktu tertentu. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi *barter* yaitu pertukaran barang dengan barang. Sedangkan menurut Herlambang (2014:47) dikatakan bahwa: “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.”

Menurut Tjiptono, (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang di harapkan atau di inginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing (Sunarto, 2007:105).

Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2012:88) untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal

berdasarkan standard dan prosedur pelayanan. Sedangkan hakikat dari *customer service* atau pelayanan pelanggan sendiri adalah setiap kegiatan yang dimaksud untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Wahjono, 2010:179). Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat (Maddy, 2009:8).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan adalah sebuah kepedulian oleh perusahaan terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

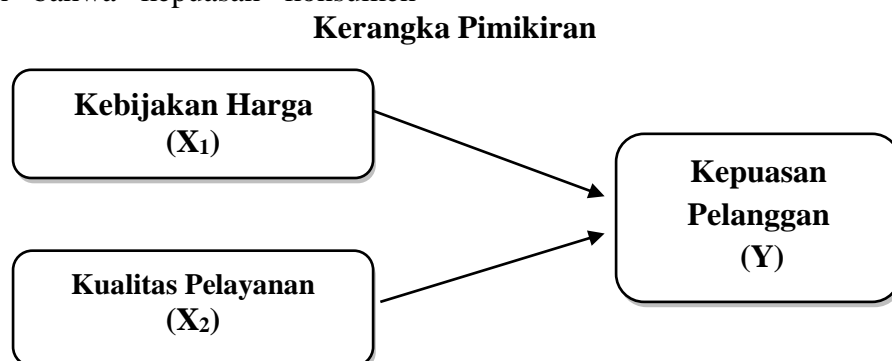
Menurut pendapat Hasan (2008:71) Kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang berlanjut menjadi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) yang berujung pada peningkatan volume penjualan yang lebih besar, aset lebih produktif dan *return on invesment* yang lebih tinggi. Kotler dan Keller (2008:138) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika produk dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen

merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:353) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*output*) tidak memenuhi harapan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kerangka Pimikiran

Dari beberapa teori yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa engaruh kebijakan harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie, Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat melalui kerangka pemikiran dibawah ini:



Hipotesis

Dari perumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teoritis di sertai kerangka pemikiran, maka dapat ditarik hipotesis penelitian ini sebagai berikut: diduga bahwa adanya pengaruh kebijakan harga dan kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie.

METODE PENELITIAN

Lokasi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Saka Cafe yang beralamat di **Jl. Prof. A. Madjid Ibrahim. Sigli, Aceh, Indonesia. 24151.** atau di depan Kantor Bupati Pidie. Sedangkan objek penelitian ini berkaitan dengan pengaruh kebijakan harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Saka Cafe Sigli Kabupaten Pidie.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2008:90). Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa populasi adalah sekumpulan konsumen yang dijadikan subjek penelitian dan memenuhi tujuan penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/pelanggan Saka Café atau konsumen, dimana jumlahnya belum di ketahui secara pasti.

Jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, oleh karena itu agar sampel yang diambil dapat *representatif* dan mewakili populasi, maka jumlah sampel harus diketahui, untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus *unknown populations* (Riduwan, 2009:66).

Dari hasil pencarian sampel dengan menggunakan rumus *unknown populations* di atas maka dapat di ketahui jumlah sampel yang di ambil adalah sebanyak 96 orang responden.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Observasi**
Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dilokasi dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan dan pencatatan.
- Wawancara**
Yaitu pengumpulan data dengan mewawancarai langsung terhadap konsumen/pelanggan Saka Cafe Sigli.
- Kuesioner**
Kuisisioner adalah (daftar pertanyaan) pengajuan kuisisioner ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden yang dibagikan secara acak.

Peralatan Analisis Data

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisisioner yang diberikan kepada responden, data tersebut diolah dan dianalisis. Hasil penelitian yang diperoleh dari tempat penelitian diolah dengan memakai perhitungan statistik dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). versi. 21.0. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Adapun rumus regresi berganda diformasikan sebagai berikut, (Anwar Sanusi, 2011:135) adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen
X₁ = Kebijakan Harga
X₂ = Kualitas Pelayanan
a = Konstanta
b₁.b₂ = Koefisien regresi variabel
X₁- X₂
e = *error term*

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Sugiyono (2014:250). Dasar pengambilan keputusan dalam uji signifikansi terhadap analisis regresi adalah sebagai berikut : a. Jika $t < \alpha$ ($t < 5\%$), Ho

ditolak (signifikan) b. Jika $t > \alpha$ ($t > 5\%$), Ho diterima (tidak signifikan).

Uji Simultan (Uji-f)

Uji-f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk regresi linier sederhana dilakukan pengujian terhadap koefisien regresi, yakni melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk regresi linier berganda dilakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara bersama-sama, yakni melihat pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji signifikansi terhadap koefisien regresi adalah sebagai berikut : (Sarwono, 2012:28). a. Jika $F < \alpha$ ($F < 5\%$), Ho ditolak (signifikan). b. Jika $F > \alpha$ ($F > 5\%$), Ho diterima (tidak signifikan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Reliabilitas dan Validitas

a. Hasil Pengujian Reliabilitas

Untuk mengetahui kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas. Tolak ukur reliabilitas adalah nilai *cronbach alpha* yang diperoleh melalui perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan besarnya *cronbach alpha*

dengan bantuan program SPSS versi 21.0, dimana suatu kuesioner dinyatakan handal jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Apabila *cronbach alpha* dibawa 0,60 maka kuesioner belum memenuhi syarat kehandalan. Hasil pengujian reliabilitas kuesioner untuk ketiga variabel menunjukkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel IV-2 berikut ini:

Tabel Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai Alpha	Keterangan
1.	Kebijakan Harga (X1)	5	0,769	Handal
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	5	0,764	Handal
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	5	0,737	Handal

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Dari tabel 4-2 diatas maka dapat diketahui *Cronbach Alpha* masing-masing variabel penelitian ini lebih besar dari nilai yang disyaratkan yaitu 0,60. Dengan

demikian dapat diartikan bahwa kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian sudah memenuhi syarat kehandalan. Dengan kata lain, kuesioner

yang digunakan untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti dinilai sudah menunjukkan ketepatan, keakuratan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala yang berhubungan dengan variabel-variabel yang terkait.

b. Hasil Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun memiliki validitas atau tidak, maka akan dilakukan pengujian secara statistik dengan menggunakan uji *Pearson Product-Moment Coefficient of Correlation* dengan menggunakan SPSS versi 21.0. Seluruh pernyataan dinyatakan valid dengan membandingkan r_{hitung}

dengan r_{tabel} *Product moment*. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dalam variabel valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan dalam variabel tersebut tidak valid. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 15 indikator pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka butir pernyataan atau indikator tersebut dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} (n=96)	Keterangan
1.	Kepuasan Konsumen (Y)	Y ₁	0.629	0.195	Valid
		Y ₂	0.600	0.195	Valid
		Y ₃	0.466	0.195	Valid
		Y ₄	0.626	0.195	Valid
		Y ₅	0.699	0.195	Valid
2.	Kebijakan Harga (X₁)	X ₁₁	0.718	0.195	Valid
		X ₁₂	0.723	0.195	Valid
		X ₁₃	0.692	0.195	Valid
		X ₁₄	0.602	0.195	Valid
		X ₁₅	0.663	0.195	Valid
3.	Kualitas Pelayanan (X₂)	X ₂₁	0.690	0.195	Valid
		X ₂₂	0.567	0.195	Valid
		X ₂₃	0.713	0.195	Valid
		X ₂₄	0.664	0.195	Valid
		X ₂₅	0.684	0.195	Valid

Tabel 4-3 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan didalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0.207$ (nilai interval 95% r_{tabel} n = 96). Sehingga semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid

untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4. Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas

Pelayanan digunakan metode regresi linier berganda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel

seperti terlihat dalam bagian output SPSS versi 21.0 di bawah ini:

Tabel Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.066	1.599		1.292	.199
1 Kebiasaan Harga	.437	.079	.445	5.551	.000
Kualitas Pelayanan	.443	.084	.423	5.284	.000

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada bagian output SPSS versi 21.0 di atas maka persamaan regresi yang memperlihatkan yaitu Kebijakan Harga sebagai fungsi dari Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = 2,066 + 0,437 X_1 + 0,443 X_2$$

1. Dari tabel 4-8 diatas dapat dilihat persamaan regresi linier berganda penelitian ini, dapat diketahui bahwa bila nilai konstanta sebesar 2,066 artinya variabel Kebijakan Harga (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) dianggap tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 2,066 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie.
2. Hasil pengujian untuk variabel pengaruh Kebijaka Harga (X_1) diperoleh nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0.437 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Kebijakan Harga (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie.

3. Selanjutnya hasil pengujian untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0.443 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie.

5. Analisis Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara pengaruh variabel kebijakan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Saka Café Sigli Kabupaten Pidie perlu di uji korelasi, Selanjutnya untuk mengetahui besarnya variasi variabel Kepuasan Pelanggan pada Saka Café Sigli, digunakan koefisien determinasi (R^2). Untuk lebih jelas bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Nilai Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.638 ^a	.407	.394	2.272	.407	31.942	2	93	.000

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

Tabel 4-9 diatas menunjukkan nilai koefisien R Square bahwa adanya pengaruh variabel Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli yaitu sebesar 0,407 atau (40,7%). Sedangkan sisanya sebesar (60,3%), dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan untuk melihat koefisien determinasi (R) menunjukkan hubungan antara variabel bebas yaitu Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, tergolong kuat secara positif hal ini terlihat dari perolehan nilai R yaitu sebesar 0.638.

Tabel Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	329.766	2	164.883	31.942	.000 ^b
Residual	480.067	93	5.162		
Total	809.833	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kebijakan Harga

Sumber: Data Output SPSS, 2019 (diolah).

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS yang diringkas pada Tabel 4-10 diperoleh $F_{hitung} = 31.942$ dengan tingkat probabilitas 0,000, sedangkan $F_{tabel} = 3,940$ untuk lebih jelas bisa dilihat pada lampiran F-tabel. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. $F_{hitung} (31.942) \geq F_{tabel} (3,940)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan bersama-sama secara signifikan oleh variabel Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan atau dengan kata lain penelitian ini menerima H_a dan menolak hipotesis H_o .

b. Pembuktian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji Statistik Secara Parsial uji-t digunakan untuk mengetahui signifikansi (nyata atau tidaknya) pengaruh variabel

6. Pembuktian Hipotesis

a. Pembuktian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji-F pada dasarnya untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu variabel Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli dapat dikatakan tergolong sangat baik. Untuk lebih jelas hasil Uji – F dapat dilihat pada Tabel IV-10 berikut:

independen (kebijakan harga dan kualitas pelayanan) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimasukkan kedalam metode regresi, pengaruh Kebijakan Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), Secara parsial dapat dilihat pada persamaan regresi berikut ini:

1. Hasil penelitian terhadap variabel pengaruh Kebijakan Harga (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.551 sedangkan untuk nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,278 karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($5.551 \geq 2,278$) dapat diartikan bahwa variabel Kebijakan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli.

2. Hasil penelitian terhadap variabel pengaruh kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.284. Sedangkan untuk nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,278. Karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($5.284 \geq 2,278$) dengan probabilitasnya sebesar 0.000 dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli.

7. Pembuktian Hipotesis

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli. Penelitian ini dapat disimpulkan terdapat hubungan positif dan signifikan. Hal ini disimpulkan setelah dilakukannya berbagai macam pengujian statistik pada pembahasan diatas. Dengan demikian penelitian ini menerima H_a dan sebaliknya menolak H_o .

KESIMPULAN

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variable Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Saka Café Sigli. Hal ini disimpulkan setelah dilakukannya berbagai macam pengujian statistik pada pembahasan bab sebelumnya.
2. Dari hasil perhitungan statistic dengan menggunakan program SPSS yang diperoleh $F_{hitung} = 31.942$ dengan tingkat probabilitas 0,000. Sedangkan $F_{tabel} = 3,940$ untuk lebih jelas bias dilihat pada lampiran F-tabel. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. $F_{hitung} (31.942) \geq F_{tabel} (3,940)$ maka dapat dikatakan bahwa variable Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan bersama-sama secara signifikan oleh

variable Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan atau dengan kata lain penelitian ini menerima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

3. Dari kedua pengaruh variabel independen yaitu Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan pelanggan Pada Saka Café Sigli. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kebijakan Harga (X_1) lebih dominan pengaruhnya dibandingkan dengan variabel Kualitas pelayanan, hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai t_{hitung} untuk ke dua variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi, (2011). Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta. Effendi.
- Arikunto (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Almasdi dan Jusuf Suit (2012). Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber. Daya Manusia. Jakarta: Syiar Media.
- Adrian Payne, Danang Sunyoto (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Annisa Fiazisyah dan Niken Purwidiani (2018). Jurnal "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya".
- Afwan Harir (2009). Pengaruh Customer Delight terhadap Customer Loyalty pada Siswa LBPP-LIA Malang.

- Annisa Fiazisyah dan Niken Purwidiani (2018). Skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya.
- Buchari Alma, (2015). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”, CV. Alfabeta.
- _____ (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Firdaus, (2008). Manajemen Agribisnis, edisi satu, cetakan pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam, (2013) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, (2008). Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Hasan, (2008). Marketing Edisi Baru. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Hardiansyah, (2011). Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Gava Media.
- Imam Ghozali (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Iskan (2015). Penelitian pengaruh harga, selera dan minat pelanggan membeli ikan bibit di kota juang di Pandrah Kabupaten Bireun.
- Irfan Bahtiar, (2009). <http://nafribahtiarprivate.blogspot.com/2009/05/kecepatan-pelayanan.html>.
- Irawan (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. Philip. Gary Armstrong (2009). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler (2010). Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller (2007) Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Lovelock dan Wirtz (2011). Pemasaran Jasa Perspektif. edisi. 7. Jakarta: Erlangga.
- Latmawati, Yulna Dewita Hia dan Rika Verawati (2016). Skripsi Pengaruh harga, kualitas produk, selera konsumen terhadap pembelian ulang beras sipulau di kejurongan Pangian dengan kepuasan konsumen Sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Toko Tuan Muda).
- Menurut Tjiptono (2008). Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Maddy (2009). Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta : Kata.

- Malhotra (2008). *Marketing Research An Applied Orientation*. International. Edition: Pearson.
- Oesman. Yevis Marty (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Pendit (2009). *Ilmu Pariwisata “Sebuah Pengantar Perdana”*, Jakarta: PT.
- Rizki Dharma (2012). *Skripsi Analisis pengaruh kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan Pelanggan pada PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep*.
- Riduwan (2009) *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Swastha (2009). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Susatyo Herlambang (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta. Gosyen Publishing.
- Selemba Empat: Jakarta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Setyo Ferry (2012). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia.
- Sunarto (2007). *Pengantar Statistika Untuk penelitian : Pendidikan*.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- _____(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*; Penerbit. CV. Alfabeta, Bandung.
- _____(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sarwono (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif. Menggunakan Prosedur SPSS (Edisi Pertama)*. Jakarta: PT Elex.
- Santoso, Singgih (2008). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi*.
- Thamrin Abdullah (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Raja. Grafindo.
- Tjiptono (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANI: Yogyakarta.
- _____(2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahjono (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha ilmu.