

PENGARUH HARGA, KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KAMPUNG ARNUM KABUPATEN SIDRAP

THE INFLUENCE OF PRICE, FOOD QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AT THE ARNUM VILLAGE RESTAURANT,
SIDRAP REGENCY

Nur Aisyah Djamaluddin¹, Abdul Azis², Jumriani³
Email: nuraisyajamaluddin26@gmail.com, Abdulazis1457@gmail.com
jumrianisemsi@gmail.com,

University of Muhammadiyah Parepare,, Jl. Jend. Ahmad Yani KM 6 Kecamatan Soreang Kota
Parepare, Kode Pos 91131

Abstrak

Judul penelitian "Pengaruh Harga, Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kampung Arnum Kabupaten Sidrap" Pembimbing 1 bapak Dr. Abdul Azis, SE., M.Ak. dan pembimbing 2 ibu Jumriani, SE., M.Si. Skripsi Program Studi Akuntansi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan kampung arnum kabupaten sidrap. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang terlibat dalam kepuasan pelanggan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis. Namun di rumah makan kampung arnum di kabupaten sidrap dimana harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan Harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kampung Arnum.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Makanan, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

The research title "The Effect of Price, Food Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Kampung Arnum Restaurant, Sidrap Regency" Supervisor 1 Mr. Dr. Abdul Azis, SE., M.Ak. and supervisor 2 Mrs. Jumriani, SE., M.Si. Thesis Management Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Parepare (UMPAR).

This study aims to determine the price, food quality, service quality effect on customer satisfaction at the Arnum village restaurant in Sidrap Regency. The data collection technique used in this research is a questionnaire. The sample in this study amounted to 100 respondents involved in customer satisfaction. The data analysis technique in this study uses validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. However, at the Arnum village restaurant in Sidrap district where price has no significant effect on customer satisfaction, food quality has a significant effect on customer satisfaction, while service quality has a significant effect on customer satisfaction and price, food quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Kampung Arnum Restaurant.



Keywords:*Price, Food Quality, Service Quality and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kebutuhan hidup manusia yang paling mendasar dan merupakan kebutuhan primer setiap manusia untuk mempertahankan hidupnya. Maka dari itu manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan, karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Dengan alasan ini pula, banyak pengusaha yang bermunculan dalam persaingan bisnis kuliner yang pada akhirnya berdampak semakin ketatnya persaingan. Ketatnya dunia persaingan bisnis saat ini terlebih khusus dalam industri jasa kuliner rumah makan ini mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Dan konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang. Untuk itu pemilik rumah makan harus dapat menciptakan kualitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Terdapat juga faktor lain yang mendorong pengusaha untuk mendirikan bisnis kuliner, yaitu adanya perubahan pada konsumsi masyarakat.

Kualitas makanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi pengalaman konsumen dalam sebuah restoran atau warung makan. Kualitas makanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen, menciptakan citra positif tentang merek atau tempat tersebut, dan berpotensi untuk meningkatkan minat beli ulang. Kualitas layanan yang diberikan oleh staf atau pelayan juga memiliki peran yang signifikan dalam menentukan pengalaman konsumen. Layanan yang ramah, efisien, dan responsif dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun hubungan yang kuat antara pelanggan dan tempat makan. Hal ini dapat berdampak positif terhadap minat beli ulang. Persepsi harga merupakan evaluasi subjektif konsumen terhadap harga yang mereka bayarkan terhadap kualitas dan nilai yang mereka terima dari makanan dan layanan yang disajikan. Persepsi harga yang positif dapat

meningkatkan minat beli ulang konsumen, sedangkan persepsi harga yang negatif dapat menjadi hambatan dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Beberapa faktor yang menjadi faktor pendorong kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diantaranya yaitu, harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan. Khususnya dibidang kuliner, faktor-faktor tersebut benar-benar menjadi pendorong kepuasan pelanggan. Harga adalah nilai uang untuk menghasilkan pendapatan dan biaya. Selain itu, menurut (Siregar et al.,2020) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Hal ini berarti harga merupakan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapat barang atau jasa yang diinginkan. Konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang di dapat (Dirwan et al.,2021).

Kualitas makanan juga adalah faktor yang akan memengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Duda et.,2019), kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Apabila kualitas dirasakan sesuai dengan selera konsumen maka konsumen cenderung akan puas bahkan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Sebaliknya jika kualitas makanan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya (Dikdik Harjadi & Iqbal Arraniri,2021).

Menurut (Saputri, 2019), kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dengan kata lain, pelayanan sebagai tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen.

Penelitian yang dilakukan Injilia Mangare, Rudy S. Wenas dan Mirah H. Rogi (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah”. Dapat disimpulkan hasil penelitian ini:1.Kualitas makanan, kualitas pelayanan, persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sonder Indah. 2. Kualitas

makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sonder Indah. 3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sonder Indah, 4. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sonder Indah.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Lidya Worokotikan, James D. D. Massie, dan Hendra Tawas (2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang". Kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut: 1. Variabel Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. 2. Variabel Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. 3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. 4. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang.

Rumah makan merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan fasilitas gastronomi yang menyajikan makanan kepada masyarakat umum, menyediakan tempat untuk menikmati makanan dan menetapkan harga tertentu untuk makanan dan pelayanannya (Siregar, 2018). Rumah Makan Kampung Arnum merupakan usaha kuliner yang menyediakan berbagai menu masakan yang berpusat di Kabupaten Sidrap yang didirikan pada tahun 2023. Pada awal Rumah Makan Kampung Arnum dibuka banyak pelanggan atau peminat yang tertarik datang untuk berkunjung disana yang menyediakan tempat untuk menikmati menu makanan yang tersedia. Dan seiringnya waktu pelanggan atau peminat yang berkunjung di Rumah Makan Kampung Arnum semakin berkurang atau semakin sepi. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci karena apabila pelanggan merasa puas dengan layanan jasa yang kemungkinan besar pelanggan akan menetap dalam waktu yang lama (Nurahman, 2021). Adapun faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampung Arnum antara lain: Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada RM. Kampung Arnum Kabupaten Sidrap”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ialah adalah data kuantitatif, yaitu data yang telah diolah dari jawaban kuesioner yang dibagikan atau disebar ke pelanggan yang berkunjung di RM. Kampung Arnum Kabupaten Sidrap.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di RM. Kampung Arnum Kabupaten Sidrap. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Januari sampai dengan April 2024.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang berkunjung di RM. Kampung Arnum Kabupaten Sidrap dalam sebulan berjumlah 234 orang pelanggan. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

Jenis Dan Sumber Data

Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh responden penelitian menggunakan alat pengukuran berupa kuesioner atau angket. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan wawancara langsung atau membagi kuesioner kepada responden.

Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti. Dari responden penelitian. Informasi sekunder dalam penelitian ini adalah berbentuk informasi yang diperoleh dari buku, jurnal, serta web yang terpaut dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan ataupun

pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas daftar pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Salah satu ukuran validitas untuk sebuah kuesioner adalah apa yang disebut sebagai validitas konstruk. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi. Ukuran keterkaitan antar butir pertanyaan ini umumnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pertanyaan. Pertanyaan yang memiliki korelasi rendah dengan butir pertanyaan yang lain dinyatakan sebagai pertanyaan yang tidak valid.

Uji Reabilitas

Menurut Wahtudi (2020) suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila instrumen pengukuran dipergunakan secara berulang akan menunjukkan hasil pengukuran yang sama. Reliabilitas menunjukkan konsistensi kuesioner terhadap jawaban responden dalam beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau bebas. Menurut Ghozali (2018, p. 105), tujuan uji multikolineritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi antara variabel

independen. Uji multikolineritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila VIF <10, berarti tidak terdapat multikolineritas. Jika nilai VIF >10 maka terdapat multikolineritas dalam data.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Dalam regresi berganda seluruh variabel bebas dimasukkan kedalam perhitungan regresi serentak. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi guna memprediksikan variabel terikat dengan memasukkan secara serentak serangkaian variabel bebas. Dalam persamaan regresi dihasilkan konstanta dan koefisien regresi bagi masing-masing variabel bebas. Model yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Makanan

X_3 = Kualitas Pelayanan

E = Error

Uji Koefisien Determinan

Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui berapa besar variasi dari variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi ganda (R square) menunjukkan

besarnya persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen Nilai R square adalah antar nol dan satu.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (F)

Uji F menurut Ghozali (2016) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan variabel independen terhadap variabel dependen, pada program SPSS. Dengan menggunakan derajat signifikan 0,05, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara simultan, uji F dilakukan dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa semua variabel independen (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, artinya data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa semua variabel independen (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Parsial (t)

Cara pengujian parsial terhadap variabel independen sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan t dari hasil masing-masing variabel diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikan yang dipergunakan yaitu 0,05. Maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikan yang dipergunakan yaitu sebesar 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN Analisis Deskriptif

Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Tabel 5. 1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin



No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	44	44%
2	Wanita	56	56%
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini berjenis kelamin Pria yaitu sebanyak 44 orang atau 44% dan yang berjenis kelamin Wanita sebanyak 56 orang atau 56%.

Karakteristik responden menurut usia

Tabel 5. 2 Profil Berdasarkan masa kerja

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15-20 Tahun	5	5%
2	21-30 Tahun	10	10%
3	31-40 Tahun	51	51%
4	>50 Tahun	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini usia 15-20 tahun sebanyak 5 orang atau 5% pada usia ini dominan untuk mencari tau apa tempat tersebut cocok untuk digunakan nongkrong, namun pada faktanya dirumah makan kampung arnum suasananya cocok untuk nongkrong tapi tidak dengan menu yang tersedia dikarenakan menu yang disajikan adalah menu makanan berat, usia 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau 10% pada usia ini rata-rata pengunjunnya kerumah makan untuk mencoba hal-hal baru, usia 31-40 tahun sebanyak 51 orang atau 51% pada usia ini pengunjung fokus untuk menikmati hidangan dan untuk *flexing* di sosial media dan bertemu teman-teman lama, usia >50 tahun sebanyak 34 orang atau 34% pada usia ini pengunjung ada beberapa yang hanya ikut dengan pilihan anak-anaknya dan cenderung untuk menikmati suasana yang asri dan makanan yang enak, sehingga total responden menggenapi 100 orang atau 100% dengan penjelasan diatas.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikan	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,652	0,000	<i>Valid</i>
	X1.2	0,730	0,000	<i>Valid</i>
	X1.3	0,601	0,000	<i>Valid</i>
	X1.4	0,574	0,000	<i>Valid</i>
Kualitas Makanan (X2)	X2.1	0,420	0,000	<i>Valid</i>
	X2.2	0,617	0,000	<i>Valid</i>
	X2.3	0,440	0,000	<i>Valid</i>
	X2.4	0,505	0,000	<i>Valid</i>
	X2.5	0,726	0,000	<i>Valid</i>
Kualitas Pelayanan (X3)	X.3.1	0,501	0,000	<i>Valid</i>
	X.3.2	0,498	0,000	<i>Valid</i>
	X.3.3	0,546	0,000	<i>Valid</i>
	X.3.4	0,653	0,000	<i>Valid</i>
	X.3.5	0,585	0,000	<i>Valid</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,675	0,000	<i>Valid</i>
	Y.2	0,719	0,000	<i>Valid</i>
	Y.3	0,722	0,000	<i>Valid</i>

Sumber: data primer diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur variabel harga memiliki nilai signifikan $< 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa masing-masing butir pernyataan tersebut adalah valid. Dengan kata lain butir-butir pernyataan tersebut dapat mewakili atau membentuk variabel harga.

Uji Reabilitas

Tabel 5. 4 Hasil Uji reliability Variabel

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's alpha	Kesimpulan
Harga	4	0,514	<i>Reliable</i>

Kualitas Makanan	5	0,430	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan	5	0,446	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan	5	0,496	<i>Reliable</i>

Sumber: data primer diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas konstruk jawaban atas pernyataan dan konsistensi jawaban dari butir-butir pernyataan pada masing-masing variabel penelitian sudah baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* yang berkisar antara 0,514 sampai dengan 0,430 yang berarti nilai tersebut $>0,060$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. 5 Kolmogrov-Smirnov Test

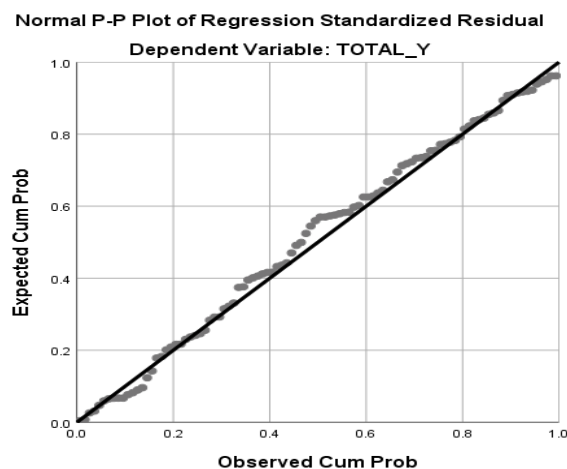
VARIABEL	KOLMOGROV-SMIRNOF	SIGNIFIKANSI	KETERANGAN
MODEL 1	0,071	0,200	Normal

Sumber: Output SPSS, Diolah 2024

Dari hasil pengujian normalitas *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi model 1 regresi diatas lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua model persamaan regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data yang normal atau dapat dilihat pada gambar 5.1 Berikut:

Gambar 5. 1 Grafik Scatterplot Uji Normalitas

Model 1



sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan gambar 5.1 dapat disimpulkan bahwa pengujian ini telah memenuhi asumsi normalitas karena data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga (X1)	0,820	1,219	Bebas Multikolinearitas
Keualitas Makanan (X2)	0,643	1,555	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,737	1,357	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel 5.6 dapat diketahui bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari >0.10 . demikian juga untuk nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari <0.10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

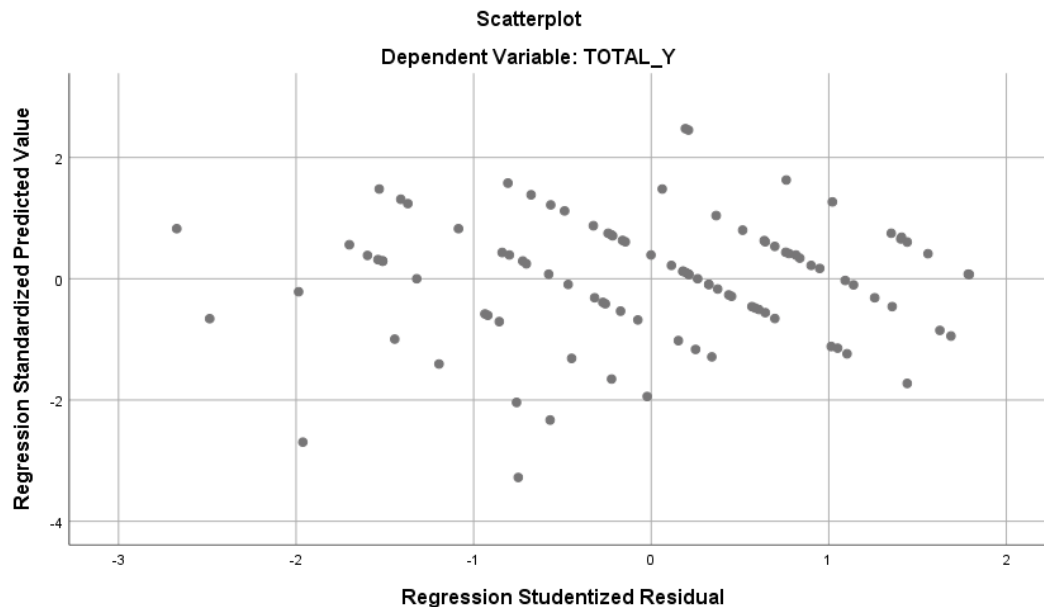
Tabel 5. 7 Autokorelasi

Variabel	Durbin Watson	DI	DU	Keterangan
Model 1	2.142	1.613	1.736	Non Autokorelasi

Sumber, Output SPSS diolah 2024

Berdasarkan uji autokorelasi pada tabel 5.7, diperoleh nilai DW pada model 1 sebesar 2.142, nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Untuk jumlah sampel $n=100$ dan jumlah $k=3$ sehingga memperoleh nilai $DI=1.613$ dan

du=1.736. oleh karena nilai dw 2.142 > 1,613 dan <2.264 (4-du), maka dapat disimpulkan bahwa pada model 1 tidak terdapat korelasi.



Uji Heteroskedatisitas

Gambar 5. 2 Hasil Uji Heterosdisitas

Model 1

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan gambar scarletplot pada gmbar 5.2, Grafik menunjukkan bahwa titik titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu yY. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi ini, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi model.

Uji Lineritas

Tabel 5. 8 Anova

Sumber: output spss 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikan deviation of linearity dari hubungan variabel X1,X2 dan X3 terhadap >0,05 yang berarti hubungan ketiga variabel independen tersebut dengan variabel dependen linear.

Uji Hipotesis

Regresi Linear Berganda

Tabel 5. 9 Hasil coefficient Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		P	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	3.860	1,473		2,619	0,000
	Harga (X1)	0,020	0,066	0,029	1,305	0,761
	Kualitas Makanan (X2)	0,143	0,076	0,199	1,886	0,032
	Kualitas Pelayan (X3)	0,309	0.070	0,438	4,432	0,000

Sumber: output spss, diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y : 3,860 + 0,020 X1 + 0,143 X2 + 0,309 X3 + e$$

Keterangan :

X1 = Harga
 X2 = Kualitas Makanan
 X3 = Kualitas Pelayanan
 Y = Kepuasan Pelanggan

Dari persamaan tersebut, dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel bebas bernilai positif

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.834	3	23.611	14.412	.000 ^b
	Residual	157.276	96	1.638		
	Total	228.110	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X.3, TOTAL_X.1, TOTAL_X.2

artinya, keseluruhan variabel bebas tersebut berpengaruh positif. Nilai a (konstanta) yaitu

3,860, artinya angka tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Harga (X1), Kualitas makanan (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3), maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah 3,860.

Uji koefisien Deteminan

Tabel 5. 10 Uji determinan r square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,557a	0,503	0,289	1,280

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

Sumber: data primer diolah, 2024

Pada uji R Square mendapatkan korelasi berganda pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa (R) sebesar 0,557 menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terdapat kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum yang erat sebesar 55,7%. Setiap terjadi kenaikan pada harga, kualitas makanan, kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara rata-rata.

Sementara koefisien determinan berganda digunakan untuk mengetahui besarnya semua variabel dependen secara serempak terhadap variabel independen. Pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinan berganda (R^2) = 0,503 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 50,3% sisanya 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Uji Signifikan Parsial

Tabel 5. 11 Uji Parsial (uji-t)

Model	B	T	Sig.	Keputusan
(constant)	3,860	2,619	0.000	
Harga (X1)	0,020	1,305	0,761	H1 ditolak
Kualitas Makanan (X2)	0,143	1,886	0,032	H2 diterima
Kualitas Pelayanan (x3)	0,309	4,432	0,000	H3 diterima

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial pada tabel diatas, dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Uji Hipotesis 1

Rumusan Hipotesis:

H1 : Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung adalah nilai signifikansi 0,761 > 0,05. Hal itu berarti H1 tidak diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

Uji Hipotesis 2

Rumusan Hipotesis :

H2 : Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung adalah nilai signifikansi 0,032 < 0,05. Hal itu berarti H2 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum dapat diterima.

Uji Hipotesis 3

Rumusan Hipotesis :

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung adalah nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal itu berarti H3 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

Pembahasan

untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum yang diperoleh melalui hasil uji regresi

yang dilakukan. Uji regresi dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan, sekaligus menjawab tiga hipotesis yang diajukan rumusan masalah.

Adapun hipotesis yang diangkat adalah diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum dan diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan rumah makan kampung arnum.

1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum. (Y)

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 25.0 for windows* menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,305 dengan signifikansi $0,761 > 0,05$. Hal ini berarti hipotesis satu (H1) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum tidak diterima.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli suatu barang. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Maka dari itu pihak produsen harus pandai dalam menetapkan harga jual suatu produk agar tidak menimbulkan kekecewaan pada konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfiana Lidya Worotikan, James D.D. Massie, dan Hendra Tawas (2021). Dimana hasil penelitian ini menunjukkan signifikan p-value = $4,202 < 2,008$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan menolak H_0 atau Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampung Arnum Kabupaten Sidrap.

2. Pengaruh kualitas makanan (X2) terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum. (Y)

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 25.0 for windows* menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,886 dengan signifikansi $0,032 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dua (H2) yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum diterima.

Kualitas makanan dapat dilihat berdasarkan persepsi pelanggan atau saat menerima produk. Apa bila produk yang diterima atau yang dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka produknya itu sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan sebaliknya jika jika makanan/produk yang diterima jauh dari harapan konsumen maka kualitas makanan dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya suatu produk tergantung pada penyediaan makanan dalam memenuhi harapan konsumen

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Injilia Mangare, Rudy S. Wenas dan Mirah H. Rogi (2021). Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai signifikan kualitas makanan sebesar 0.001 jika dibandingkan dengan taraf signifikan (0.05) maka $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.490 > 1.986$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan Kualitas Makanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hal ini menunjukkan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampung Arnum Kabupaten Sidrap.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum. (Y)

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap dalam kepercayaan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 25.0 for windows* menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,432 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis tiga (H_3) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum diterima.

Kualitas pelayanan dapat dilihat berdasarkan persepsi pelanggan atau penerima layanan. Apa bila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Dan sebaliknya jika

pelayanan yang diterima jauh dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya suatu pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa layanan dalam memenuhi harapan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Injilia Mangare, Rudy S. Wenas dan Mirah H. Rogi (2021). Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0.000 dengan taraf signifikan 0.05 maka $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $4.345 > t$ tabel 1.986 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampung Arnum Kabupaten Sidrap.

4. Pengaruh variabel harga (X_1), kualitas makanan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan pada RM. Kampung Arnum Kabupaten Sidrap.

Dari hasil uji simultan (Uji F) F hitung $14.412 > 2,70$ F tabel menunjukkan bahwa Harga (X_1) , Kualitas Makanan (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial harga (X_1), menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum tidak diterima. Secara parsial kualitas makanan (X_2), menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum diterima. Secara parsial kualitas pelayanan (X_3), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dirumah makan kampung arnum diterima.

Beberapa faktor yang menjadi faktor pendorong kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diantaranya yaitu: harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Khususnya dibidang kuliner, faktor-faktor tersebut benar-benar menjadi pendorong kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan kampung arnum. Hal ini berarti harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan itu faktor pendorong untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN (Left, bold, arial 10)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kampung Arnum yang terjadi karena harga bukan sebagai acuan pelanggan untuk menjadikan kepuasan pelanggannya jadi menurun di Rumah Makan Kampung Arnum.
2. Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kampung Arnum yang terjadi karena kualitas makanan menjadi hal penting dalam menentukan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kampung Arnum.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Di Rumah Makan Kampung Arnum dikarenakan kualitas pelayanan menjadikan salah satu faktor yang wajib dalam rumah makan dikarenakan pelayanan adalah yang membuat kepuasan pelayanan menjadi naik.
4. Harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kampung Arnum.

Saran

1. Harga dalam penelitian ini dikatakan tidak berpengaruh signifikan tetapi bukan berarti rumah makan dapat memasang nilai / harga yang sebebasnya tanpa menilai apakah wajar atau tidaknya di jual dengan harga tersebut.
2. Diharapkan agar rumah makan kampung arnum dapat tetap menjaga kualitas makanan dan pelayannya yang mana menurut survey di penelitian ini sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Perlu adanya tim di rumah makan kampung arnum untuk menyurvei bahan bahan makanan dllnya yang nantinya agar harga dan kualitas makanan menjadi berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan kampung arnum.

DAFTAR PUSTAKA (Left, bold, arial 10)

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Ansori. (2015). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas Produk Roti Rammona Bakery Bandung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Aprilia, I. E., & Putri, A. B. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 1, 249–267.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen dalam Suatu Penelitian. 2017. “Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian.” *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)* 2(1): 28–36. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202>
- Ghozali. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2017-2020. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 337. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40256>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Ikhsan, W. N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Serambi Kopi Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 190–195. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1086>
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Makmur Sejahtera. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(2), 54–63. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Lidya, W. A., D, M. J. D., & Hendra, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Emba*, 9(3), 1277–1285. <file:///C:/Users/Lenovo/OneDrive/Documents/BUKU PDF MENDELAY/35512-75119-1-SM.pdf>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 13(2), 88–101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>
- Machmudah, J. F., Faktor-faktor, A., Minat, M., Melanjutkan, S., Deskriptif, S., Siswa, P., Ix, K., Menengah, S., Negeri, P., Subang, K., Ajaran, T., Budiwati, N., & Rohmana, Y. (2017). *January Fitriana Machmudah, 2016 Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Siswa Melanjutkan Studi Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 1205474(2016), 2016–2017.*
- Mangare, I., Wenas, R. S., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 244–253. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49659>
- MELELO, S. S. (2023). *PENGARUH AKUNTABILITAS, TRANSPARANSI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENDAPATAN MUZAKI TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT DI BAZNAS KOTA BOGOR* (Vol. 5). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Mukharomah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Bab li Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Nirma, K. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- NUGROHO, H. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ANDALAS HOLIDAY TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA*. 12(1), 90–

103.

- Permata, G., Permata Manajemen Bisnis Syariah, G., Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, U., & Alhada Fuadilah Habib Manajemen Bisnis Syariah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mekar Sari di Kabupaten Trenggalek. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 83–102. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2281>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Rudini, M. (2020). Efektivitas Analisis Butir Soal Mata Pelajaran Matematika pada Siswa Kelas IV dalam Meningkatkan Kualitas Guru di SDN Sabang. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 2(1), 17–27. https://ojs.umada.ac.id/index.php/Tolis_Ilমiah/article/view/90
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(10.46306/vls.v3i2), 662–675.
- Sugiyono. (2020). Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. *Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*, 6–22.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Sukmanawati, S., Purwati, S., Lidya, W. A., D, M. J. D., Hendra, T., Konsumen Melalui Harga, K., M., Makanan, K., Kualitas, D., Ali, P., & Ngandoh, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 9(2), 1277–1285. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270–281.
- Wahyudi, R. (2017). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Pendekatan Konsistensi Internal Kuesioner Pembukaan Program Studi Statistika Fmipa Universitas Bengkulu. *FMIPA Universitas Bengkulu Jl. W.R. Supratman Bengkulu 38123*, 1(1), 1–22. [http://sigitnugroho.id/e-Skripsi/0805 Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Pendekatan Konsistensi Internal Kuesioner Pembukaan Program Studi Statistika Fmipa Universitas Bengkulu .pdf](http://sigitnugroho.id/e-Skripsi/0805%20Uji%20Validitas%20Dan%20Reliabilitas%20Dengan%20Pendekatan%20Konsistensi%20Internal%20Kuesioner%20Pembukaan%20Program%20Studi%20Statistika%20Fmipa%20Universitas%20Bengkulu.pdf)
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Yuyun Wigati. (2023). *Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood Di Aplikasi Gojek*.
- Zhang, H. M., Peh, L. S., & Wang, Y. H. (2014). Servo motor control system and method of

auto-detection of types of servo motors. *Applied Mechanics and Materials*, 496–500(1), 1510–1515. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510>