

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PAWON BROMO MALANG

Yulita Dwi Maulani

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)
e-mail: Yulitadwimaulani71@gmail.com

Iva Nurdiana Nurfarida

Adi Suroso

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*) yang memiliki tujuan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 responden menggunakan metode *accidental sampling* untuk menentukan sampel penelitian. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada sampel penelitian yang kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan persepsi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial persepsi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci – Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Pawon Bromo merupakan salah satu rumah makan yang banyak dikunjungi oleh konsumen karena tempatnya yang luas memiliki 2 lantai, terdapat ruangan *outdoor* maupun *indoor* dengan banyak spot foto yang *instagramable*, terdapat ruang mushola, serta disediakan Wifi agar konsumen merasa nyaman untuk mengakses internet.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan (Kotler dan Keller, 2016). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memuaskan hati konsumen yang sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu tolak ukur dari kualitas produk adalah kesesuaian dengan spesifikasi serta daya tahan pada suatu produk tersebut, kesesuaian spesifikasi dapat diukur melalui penampilan dan wujud dari produk itu sendiri, sedangkan daya tahan dapat diukur melalui pada tanggal berapa dan bisa bertahan berapa lama pada produk tersebut dapat digunakan oleh konsumen. Salah satu tolak ukur dari kualitas produk adalah kesesuaian dengan spesifikasi serta daya tahan pada suatu produk tersebut, kesesuaian spesifikasi dapat diukur melalui penampilan dan wujud dari produk itu sendiri, sedangkan daya tahan dapat diukur melalui pada tanggal berapa dan bisa bertahan berapa lama pada produk tersebut dapat digunakan oleh konsumen.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, dalam Lapalelo, 2015). Harga adalah suatu nilai

yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan untuk memuaskan keinginan konsumen, dan suatu nilai yang harus dibayar oleh konsumen kepada perusahaan karena sudah menggunakan produk yang diharapkan. Harga pada menu di rumah makan pawon bromo merupakan harga yang lumayan mahal, karena pawon bromo berada di desa maka harga tersebut terbilang cukup mahal untuk masyarakat di sekitar pawon bromo. Harga yang ada di pawon bromo dengan menu rawon yaitu Rp. 17.000, gurame bakar Rp. 42.500, es buah Rp. 12.000. Secara keseluruhan untuk makanan di patok dengan harga dari Rp. 12.000 hingga Rp. 50.000, sedangkan untuk minuman dari harga Rp. 12.000 hingga Rp. 20.000.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen (Fandy Tjiptono, 2014). Kualitas layanan merupakan usaha pemenuhan kebutuhan jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi harapan atau ekspektasi konsumen pada suatu perusahaan. Keuntungan bagi konsumen adalah jika mereka dapat merasa puas dengan pelayanannya yang baik dan sesuai harapan konsumen, maka secara tidak langsung konsumen tersebut akan loyal terhadap suatu produk atau jasa tersebut dan konsumen akan melakukan pembelian kembali atas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut karena mereka merasa kebutuhannya terpenuhi atau sesuai harapan mereka.

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 (Lovelock dan Wirtz, 2011). Kepuasan konsumen merupakan tolak ukur harapan konsumen antara perasaan senang atau kecewa dalam merasakan maupun membandingkan suatu produk atau jasa yang diharapkan dengan yang difikirkan, jika konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak akan membeli ulang suatu produk atau jasa pada suatu perusahaan karena yang didapatkan tidak sesuai harapan atau kebutuhan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut Kotler (2010) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya, 2011).

Harga

Menurut Lupiyoadi (2011), strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai (value) kepada konsumen dan mempengaruhi citra (image) produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, dalam Lapalelo, 2015).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: "Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut Wolkins yang dikutip oleh Saleh (2010;105) ada enam prinsip utama kualitas pelayanan yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat menimbulkan image yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik dihadapan konsumen.

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen sebanding dengan harga yang ditentukan perusahaan, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen tersebut baik atau bahkan bisa sesuai ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas, karena yang didapatkan dengan apa yang dikeluarkan sesuai dengan harapan konsumen.

Menurut penelitian Brigitte et al (2019) menyatakan berdasarkan pengujian secara bersama-sama (simultan), kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado (Maramis et al, 2018). Menurut penelitian Hana et al (2016) menyatakan hasil penelitian yang menunjukkan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan membawa dampak positif dan keuntungan pada perusahaan.

Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk merupakan tolak ukur konsumen untuk merasa puas atau tidak terhadap produk yang diberikan. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler dan Armstrong, 2014).

Menurut penelitian Brigitte et al (2019) bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci. Sedangkan menurut Tias et al (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah suatu ukuran produk dalam memuaskan hati konsumen untuk mengetahui daya tahan, kesesuaian spesifikasi melalui penampilan produk yang diberikan.

Hubungan Harga terhadap Kepuasan Konsumen`

Harga adalah suatu nilai yang harus dikeluarkan konsumen keluarkan untuk suatu produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa”. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, dalam Lapalelo, 2015).

Hasil penelitian Gahensya et al (2019) dapat diketahui bahwa harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Dabu-Dabu Irish Fresh, Wenang Manado. Penelitian Christian et al (2016) mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan SFA Steak & Resti di Klodran Karanganyar. Sedangkan menurut penelitian Bailia et al (2014) menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan merupakan salah satu cara untuk memuaskan konsumen.

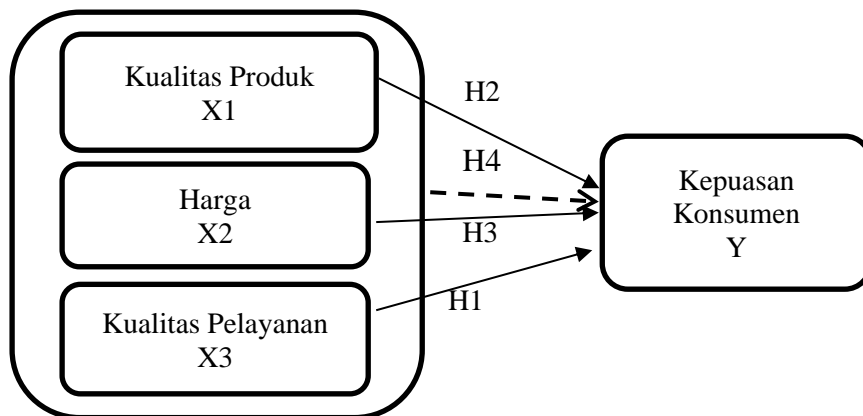
Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2014). Kualitas pelayanan merupakan salah satu harapan atau ekspektasi konsumen untuk memenuhi perasaan yang ingin didapatkan dengan yang diberikan oleh perusahaan untuk menilai atau membandingkan dengan yang sudah pernah didapat sebelumnya oleh konsumen.

Menurut penelitian Christian et al (2016) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar. Sedangkan menurut Tias et al (2014) di jelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan hubungan antar variabel diatas, peneliti menggabungkan beberapa variabel untuk dilakukan penelitian dengan kualitas produk, harga, dan kualitas layanan sebagai variabel bebas (independen) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (dependen). Hubungan antar variabel tersebut peneliti menggambarkan dengan menggunakan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar Kerangka Konseptual

Sumber : Data diolah (2022)

HIPOTESIS

Berdasarkan tinjauan kepustakaan dan penelitian terdahulu serta gambar kerangka konseptual di atas. Berikut hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti :

- H1 : Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang
- H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang
- H3: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang
- H4: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kuantitatif dengan menggunakan penelitian *Explanatory Research*. Penelitian *Explanatory Research* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2015). Penelitian ini dilakukan pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Penelitian ini menggunakan sebanyak 120 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang kemudian diukur dengan menggunakan *Skala Likert* dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Penggunaan analisis regresi linear berganda sebagai model analisis harus memenuhi beberapa asumsi klasik, hal ini dimaksudkan agar perkiraan yang diperoleh tidak menyimpang dari model persamaan regresi linear berganda.

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik adalah apabila model regresi tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

Uji Heterokedasitas

Tujuan uji heterokedasitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi linear berganda terjadi perbedaan variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heterokedasitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Harga (X1), Lokasi (X2), Fasilitas (X3), dan Citra Destinasi (X4) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.496	.165		2.999	.003
Kualitas Produk (X1)	.206	.091	.218	2.272	.025
Harga (X2)	.407	.100	.423	4.082	.000
Kualitas Pelayanan (X3)	.260	.091	.291	2.851	.005
R Square	0,807				
Adjusted R Square	0,802				
Fhitung	162,023				
Sig. F	0,000				

Sumber: Output SPSS diolah 2022

Berdasarkan data di atas maka dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut ini

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y = 0,496 + 0,206X_1 + 0,407X_2 + 0,260X_3 + 0,165$$

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 3 di atas dengan taraf $\alpha = 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,68 sedangkan F_{hitung} sebesar 162.023, dapat diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ yang berarti bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3), berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t berarti 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. Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05.

Koefisien Determinasi (Uji R²)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,802. Nilai tersebut berarti bahwa Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 80,2%. Kemudian untuk sisanya yaitu sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian statistik dengan linear berganda yang diperoleh hasil bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Pawon Bromo Malang, sehingga H_1 “kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.” Diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Brigitte. Et al (2019), Gahensya et al (2019), Christian et al (2016), Maramis et al (2018), dan Hana et al (2016) menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian statistik dengan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Pawon Bromo Malang, sehingga H_2 “kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Pawon Bromo Malang” diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maramis et al (2018), Hana et al (2016), Jefry et al (2014), dan Nuryan et al (2017), yang juga menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Berdasarkan pengujian statistik dengan metode analisis regresi linear berganda yang diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang, sehingga H_3 “harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang” diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gahensya et al (2019), Shandy et al (2014) dan Hana et al (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Berdasarkan pengujian statistik dengan metode analisis regresi linear berganda yang diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang, sehingga H_4 “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang” diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gahensya et al (2019), Brigitte et al (2019), Maramis et al (2018), dan Tias et al (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis penelitian variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.
2. Berdasarkan hasil analisis variabel independen yaitu kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Pengaruh positif (searah) harga terhadap kepuasan pengunjung berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.
3. Berdasarkan hasil analisis variabel independen yaitu harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Pengaruh Positif (searah) harga terhadap kepuasan konsumen berarti semakin baik harga yang ditetapkan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.
4. Berdasarkan hasil analisis variabel independen yaitu kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Pengaruh positif (searah) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung berarti semakin baik dan semakin tanggap dalam melayani konsumen, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.

Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a) Perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang. Memberikan kualitas produk yang lebih baik serta penetapan harga yang sesuai harapan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik serta cepat dan tanggap dalam membantu konsumen akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang, serta mampu menciptakan loyalitas dalam diri konsumen dan kesediaan dalam merekomendasikan rumah makan Pawon Bromo Malang kepada orang lain.
 - b) Perusahaan harus memperhatikan kembali mengenai kualitas produk, hal ini berdasarkan tanggapan responden terkait kualitas produk yang menurut responden kurang sesuai dengan nilai terendah yaitu kualitas yang dipersepsikan yang membuat kurangnya kepuasan konsumen pada kualitas produk yang kurang sesuai dengan yang diharapkan konsumen pada rumah makan Pawon Bromo Malang.
 - c) Perusahaan juga harus memperhatikan kembali strategi penetapan harga pada menu, hal ini berdasarkan tanggapan responden terkait harga yang memiliki distribusi rendah pada indikator daya saing dan kesesuaian harga dengan kualitas produk, maka perusahaan harus mentinjau

kembali mengenai strategi penetapan harga menu pada produk yang ditawarkan, karena harga yang ditawarkan masih belum sesuai dengan kualitas serta harapan pengunjung yang menilai bahwa harga pada menu yang masih terlalu mahal. Hal ini bertujuan untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

- d) Perusahaan harus memperhatikan kembali mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, hal ini berdasarkan pada indikator dengan nilai terendah yaitu daya tanggap dan bukti fisik. Dengan hal ini pengelola diharapkan meningkatkan kembali dalam hal ketanggapan dan memberikan bukti pelayanan dengan lebih baik untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap rumah makan Pawon Bromo Malang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan hasil penelitian saat ini dengan menambahkan variabel-variabel baru yang belum peneliti teliti dalam penelitian ini, hal ini karena variabel yang sudah diteliti menunjukkan hasil presentase sumbangan yang tinggi kepada pengaruh variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261–272.
- Arie, P.P, Alexander, W., Michael, & Muhammad, R.B. (2020). The Influence of Product Quality, Price, and Service Quality in Customer Loyalty at PT. Cybernetic Makmur Lestari. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.
- Bailia, J.F.T, Soegoto, A.S., dan Loindong, S.S.R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado.
- Keloy, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 26–33.
- Lovelock, Christopher. and Wirtz, Jochen. (2011). “Services Marketing: “People, Technology, Strategy”, 7th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc. Pelanggaran Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 1. No 028.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Maulana, N. D., & Purbawati, D. (2017). The Influence of Product Quality, Price, and Service Quality Concerning Customer Loyalty of Penyet Kuah at Timoho Food Court, Tembalang Semarang City. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 178–187.
- Putro, S. W. & Prof. Dr. Semuel, H, dkk (2014) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen pada Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Putri, A. P., Wongkar, A., Michael, M., & Balliansa, M. R. (2020). The Influence of Product Quality, Price, and Service Quality in Customer Loyalty at PT. Cybernetic Makmur Lestari. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(4), 2864–2879.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Utami, Setyaningsih Sri, and Christian Hari Nugroho. (2016) "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sfa Steak & Resto di Klodran Karanganyar." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* .

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pawon Bromo Malang

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (Studi pada konsumen CV. Donat madu Cihanjuang–Pekanbaru)*. Riau University.