

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TEMPAT, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS ROTI BAKAR 88 PORIS JAYA, KOTA TANGERANG

**Asep Ferry Bastian<sup>1</sup>**

Universitas Islam Syekh-Yusuf , Tangerang  
a.ferry.bastian@unis.ac.id

**Tessa Brillian Aghata<sup>2</sup>**

Universitas Islam Syekh-Yusuf , Tangerang  
tbrillianaghata@gmail.com

**Imas Sukaesih<sup>3</sup>**

Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang  
isukaesih@unis.ac.id

### **ABSTRACT**

*The purpose of writing this thesis is to determine the extent of the relationship between Service Quality (X1), Place (X2), and Price (X3) on Customer Satisfaction (Y) at Roti Bakar 88 Poris Jaya, Tangerang City. The research method used was through the distribution of google form questionnaires to respondents as visitors to Roti Bakar 88, as well as a literature review used as secondary data. For the analysis of this research the author uses quantitative analysis methods. The results of the analysis are obtained by the following calculations: from the results of multiple linear analysis obtained  $Y = 22.034 + 0.224 X1 + 0.18 X2 + 0.318 X3 + 5.366$  means that there is an increase and decrease between the variables X1, X2, and X3 then customer satisfaction will experience an increase and decrease. From the results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) the influence of service quality, place, and price of each variable affects customer satisfaction by 18.9%, the rest is influenced by other factors. Based on the results of hypothesis testing, it is obtained that  $t_{count}$  for the influence of service quality is 2,910,  $t_{count}$  for the influence of place is 0.259, and  $t_{count}$  for the effect of price is 3.616 which is obtained from the distribution  $t_{table}$  for  $df = n - k = 100 - 4$  and the level of significance is 0.05 then it is found that  $t_{table}$  is 1.984. In other words, H1 and H3 are accepted while H2 is rejected, because  $t_{count} > t_{table}$ .*

**Keywords:** Service Quality, Place, Price, Customer Satisfaction

### **ABSTRAK**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1), Tempat (X2), dan Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Roti Bakar 88 Poris Jaya, Kota Tangerang. Metode penelitian yang digunakan melalui penyebaran kuesioner google form kepada responden sebagai pengunjung Roti Bakar 88, serta dengan tinjauan pustaka yang digunakan sebagai data sekunder. Untuk analisis penelitian ini penulis menggunakan metode analisis kuantitatif. Hasil analisis didapat dengan perhitungan sebagai berikut : dari hasil analisis linier berganda diperoleh  $Y = 22.034 + 0.224 X1 + 0.18 X2 + 0.318 X3 + 5.366$  artinya terdapat peningkatan dan penurunan antara variabel X1, X2, dan X3 maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan dan penurunan. Dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) pengaruh kualitas pelayanan, tempat, dan harga dari masing-masing variabel mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 18,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung}$  untuk pengaruh kualitas pelayanan sebesar 2.910,  $t_{hitung}$  untuk pengaruh tempat sebesar 0.259, dan  $t_{hitung}$  untuk pengaruh harga sebesar 3.616 yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  distribusi untuk  $df = n - k = 100 - 4$  dan *level of significant* sebesar 0,05 maka didapat bahwa  $t_{tabel}$  senilai 1,984. Dengan kata lain H1 dan H3 diterima sedangkan H2 ditolak, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .  
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Tempat, Harga, Kepuasan Pelanggan

## A. Pendahuluan

Saat ini dunia kuliner terus menerus berkembang dan berinovasi demi menciptakan kepuasan bagi pelanggan untuk menikmatinya. Persaingan yang semakin ketat menuntun para pelaku usaha untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya untuk bisa melakukan persaingan di pasar. Perusahaan berusaha keras mempelajari dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya, dengan demikian perusahaan akan merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Strategi pemasaran sangat penting digunakan perusahaan untuk meningkatkan usahanya tersebut. Dengan strategi pemasaran mulai dari kualitas pelayanan, tempat, dan juga harga yang sesuai di mata pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi mempertahankan usaha mereka. Faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, apabila pelayanan sudah dapat diterima oleh pelanggan akan menjadi poin utama meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian juga dengan tempat dan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sekarang ini sudah banyak sekali tempat-tempat café untuk berkumpul yang menarik dan nyaman apalagi dengan harga yang terjangkau. Dengan berkembangnya teknologi,

ekonomi, dan daya berpikir saat ini, pelanggan pasti meminta hak untuk mendapatkan suatu pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Meningkatkan penjualan disesuaikan dengan selera konsumen, dengan harapan konsumen merasa terpuaskan atas jasa yang diberikan atau diperjual belikan. Dalam upaya menarik konsumen dan mempertahankan konsumen, yaitu menumbuhkan minat beli dan kemudian melakukan keputusan pembelian. Usaha bisnis yang sekarang ini banyak melakukan persaingan ialah café. Bisnis usaha café di Kota Tangerang sudah menjadi hal yang sangat dipandang terutama di kalangan anak-anak muda. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah Roti Bakar 88 yang selalu memberikan inovasi pada setiap menunya.

Dalam pelayanan, Roti Bakar 88 selalu melayani dengan cepat dan bila ada pelanggan yang baru datang apalagi saat pandemic seperti sekarang ini, pelanggan yang baru datang akan di cek-Nya suhu badan dan melakukan cuci tangan terlebih dahulu, untuk pemesanan masih menggunakan manual dengan kertas daftar menu dan pulpen bagi memudahkan pelanggan untuk memesan, cara ini membuat pelanggan mencorat-corek kesalahan dalam pemesanan dan menjadi kotor.

Untuk tempat di Roti Bakar 88 sangat nyaman, saat ini mereka membatasi menjadi dua tempat, di indoor untuk pengunjung yang datang hanya satu sampai tiga orang, sedangkan lebih dari 3 orang ditempatkan outdoor dan tetap melakukan protokol kesehatan dengan menjaga jarak kursi dan meja. Desain dari tempat Roti Bakar 88 pun juga sangat unik dengan pajangan-pajangan dan tatanan lampu yang membuat café tersebut menjadi lebih menarik. Lokasi Roti Bakar 88 cukup strategis, berdekatan dengan Stasiun Kereta Poris Tangerang dan Pasar Poris yang berada di kawasan yang cukup ramai, hanya saja Roti Bakar 88 tersebut tidak terlihat dari jalan utama dikarenakan tempatnya yang melewati jembatan dan tanda nama café tidak begitu terlihat. Tempat parkir di Roti Bakar 88 sangat sempit hanya untuk pengunjung yang menggunakan kendaraan bermotor, sedangkan untuk pengunjung yang menggunakan mobil bisa memarkirkan di bahu jalan. Café tersebut mulai buka pada pukul 15.00 – 22.00 malam setiap hari, pada saat pandemic sekarang ini café hanya buka sampai jam 21.00 saja dan sudah di sterilisasi.

Harga makanan dan minuman di café Roti Bakar 88 ini sangat bervariasi, dengan kisaran harga < Rp. 50.000 rupiah. Untuk harga masih menggunakan

tambahan PPN 10%, Pelaku usaha sebisa mungkin memberi harga yang sesuai dengan kawasan tersebut yang dimana daerah Poris termasuk kalangan menengah.

Roti Bakar 88 juga menyediakan menu seperti roti bakar, ice cream, mie instan, minuman, dan lain-lain dengan harga yang pas untuk semua kalangan. Roti Bakar 88 memang dibuat secara homemade atau buatan sendiri dengan memiliki rasa dan tekstur roti yang khas. Tempat yang cocok untuk sekedar mengobrol dan berkumpul bersama teman ataupun keluarga. Dari kinerja perusahaan pada tahun 2019 dinilai berhasil mencapai target, sedangkan untuk tahun 2020 dan 2021 adanya mengalami penurunan kinerja dikarenakan pandemi Covid-19 ini.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskripsi kuantitatif yaitu mengolah data menggunakan angka dan analisis data dengan statistik dalam menguji hipotesis.

Dalam metodenya, penelitian ini menggunakan metode Asosiatif Kausal. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian asosiatif kausal merupakan suatu hubungan yang sifatnya sebab akibat, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kedua variabel bebas (Independen

Variable) dan variabel terikat (Dependen Variable).

Metode pada penelitian ini menggunakan metode survey yaitu penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan google form melalui media sosial kepada pelanggan di Roti Bakar 88 sebagai instrument pengumpulan data. Tempat penelitian berada di Roti Bakar 88 Poris Jaya, yang berlokasi di Jl. Maulana Hasanudin, Poris Jaya, Kec. Batuaceper, Kota Tangerang, Banten.

**Populasi dan Sampel**

**Populasi**

menurut (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu *finite population* dan *infinite population*. Dalam penelitian ini menggunakan *infinite population* (populasi tidak terbatas). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Roti Bakar 88 Poris Jaya, Kota Tangerang.

**Sampel**

Berdasarkan jumlah populasi yang terdapat pada Roti Bakar 88 Poris Jaya tidak diketahui jumlahnya, maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Keterangan :

- n = Jumlah sampel minimal
- Zα = Nilai standar α = 5% = 1.96
- P = Maksimal estimasi (50%)
- Q = 1-P
- L = Tingkat ketelitian (10%)

$$\text{maka } n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Maka memperoleh hasil jumlah pada sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

**Teknik Analisis Data**

**a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2018) Sebuah kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut.

**b. Uji Reabilitas**

Menurut (Sugiyono, 2017) uji reabilitas adalah sejauh mana hasil dari pengukuran menggunakan suatu objek yang sama, dan akan menghasilkan data

yang sama. Uji reabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir indikator pertanyaan.

#### c. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak.

##### 2. Uji Multikorelasi

Menurut (Ghozali, 2016), uji multikorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen.

##### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan pada semua pengamatan.

#### d. Analisis Linier Berganda

Analisis linier berganda ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan ketiga variabel independen dengan variabel dependen secara bersamaan.

#### e. Uji Hipotesis

##### 1. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik parsial (uji t) digunakan untuk pengujian hipotesis berpengaruh masing-

masing variable independen secara individu terhadap dependen.

##### 2. Uji Statistik Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk pengujian hipotesis semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dan juga untuk menguji apakah model regresi yang kita buat sudah signifikan atau non signifikan.

#### f. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi digunakan sebagai mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menerangkan varian dari variabel dependen.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pengujian statistik *Kolmogorov-Smirnov*, yang dimana jika nilai signifikansi diatas  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi dibawah  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38700563
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.038
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS 25

Dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas terjadi apabila nilai tolerance diatas  $>0,10$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari  $<10$ .

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	22.034	5.366		4.106	.000			
Kualitas Pelayanan	.224	.077	.268	2.910	.004	1.000	1.000	
Tempat	.018	.068	.024	.259	.796	.952	1.050	
Harga	.318	.088	.341	3.616	.000	.952	1.051	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

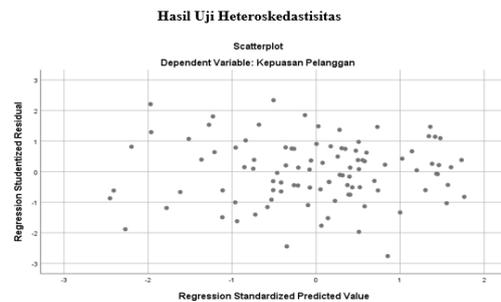
Sumber: Output SPSS 25

Dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan semua variabel pada penelitian ini memiliki nilai tolerance  $> 0.10$  dan semua variabel memiliki nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel

dependen dan variabel independent tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

**Uji Heteroskedastisitas**

Dalam pengujian heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan grafik scatterplot, apabila terlihat jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak terdapat pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah tampilan grafik scatterplot dari model regresi di bawah ini :



**Gambar 1**

**Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

**Analisis Regresi Berganda**

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.034	5.366		4.106	.000
Kualitas Pelayanan	.224	.077	.268	2.910	.004
Tempat	.018	.068	.024	.259	.796
Harga	.318	.088	.341	3.616	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25

Dapat dilihat bahwa hasil regresi linier berganda diatas didapatkan hasil sebagai berikut :

$$Y = 22.034 + 0.224 X1 + 0.018 X2 + 0.318 X3 + 5.366$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, memperoleh nilai probabilitas dari masing-masing variabel independen, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai constant sebesar 22.048 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel independen (Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Harga) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) yang berarti tidak mengalami perubahan (konstan).
2. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.224 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Yang berarti jika kualitas pelanggan meningkat, maka kepuasan pelanggan cenderung mengalami kenaikan.
3. Koefisien variabel tempat (X2) sebesar 0.018 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel tempat. Yang berarti jika tempat meningkat, maka kepuasan

pelanggan cenderung mengalami kenaikan.

4. Koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,318 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel harga. Yang berarti jika harga meningkat, maka kepuasan pelanggan cenderung mengalami kenaikan.
5. Standar error (E) sebesar 5.366 menunjukkan bahwa nilai Y menyebar dari persamaan regresi sebesar 5.366.

**Uji Statistik Parsial (Uji t)**

Untuk melakukan uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$ , dengan taraf signifikan 5%. Apabila jika nilai  $sig < 0,05$ , atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai  $sig > 0,05$ , atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Hasil Uji Parsial (t)**

**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.034	5.366		4.106	.000
	Kualitas Pelayanan	.224	.077	.268	2.910	.004
	Tempat	.018	.068	.024	.259	.796
	Harga	.318	.088	.341	3.616	.000

Sumber: Output SPSS 25

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai sig. 0.004 < 0.05, yang artinya 0.004 lebih kecil dari 0.05 maka terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan **H1 diterima**.

2. Pengaruh Tempat (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai sig. 0.796 > 0.05, yang artinya 0.796 lebih besar dari 0.05 maka terdapat tidak ada pengaruh antara tempat terhadap kepuasan pelanggan **H2 ditolak**.

3. Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai sig. 0.000 < 0.05, yang artinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan **H3 diterima**.

**Uji Statistik Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent terdapat pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama), dengan tingkat nilai signifikan 0.05. Hasil uji F dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 5 Hasil Uji Simultan (F)**

**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.081	3	88.027	7.441	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1135.709	96	11.830		
	Total	1399.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian simultan diketahui nilai  $f_{hitung}$  sebesar 7.441 dengan tingkat nilai signifikan 0.000, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1), tempat (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Yang dimana nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05.

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

Pengujian koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar kekuatan dari masing-masing variabel dependen. Yang dimana nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) memperoleh kisaran antara 0 sampai 1. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.434 <sup>a</sup>	.189	.163	3.440

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25

Dapat dilihat bahwa uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan hasil dari R Square adalah sebesar 0.189 berarti 18,9% terhadap masing-masing kepuasan

pelanggan dapat dijelaskan pada kualitas pelayanan, tempat, dan harga. Sedangkan, sisanya 81,1% dijelaskan pada faktor-faktor lain diluar model dalam penelitian ini seperti iklan, brand image, dan promosi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dibahas, maka dapat diringkas sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut menunjukkan hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.910 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.985, nilai signifikan (sig.) sebesar  $0.004 < 0.05$ , yang artinya H1 diterima maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **2. Pengaruh Tempat (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa tempat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut diperoleh dari hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0.259 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.985, nilai signifikan (sig.) sebesar  $0.796 < 0.05$  yang artinya

H2 ditolak maka tempat tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut diperoleh dari hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.616 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.985, nilai signifikan (sig.) sebesar  $0.000 < 0.05$ , yang artinya H3 diterima maka harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Tempat (X2), dan Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil dari uji analisis data pada penelitian ini, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan (X1), tempat (X2), dan harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 7.441 dengan nilai signifikan (sig.) 0.000. Pengujian ini mendapat nilai  $F_{hitung} (7.441) > F_{tabel} (2.695)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, tempat, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakar 88 Poris, Tangerang.

#### D. Simpulan

Hasil dari penelitian ini ditunjukkan bahwa 18,9% terhadap masing-masing variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada kualitas pelayanan, tempat, dan harga. Sedangkan, sisanya 81,1% dijelaskan pada faktor-faktor lain diluar model dalam penelitian ini. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga kepuasan

pelanggan di Roti Bakar 88 Poris Jaya, Kota Tangerang. Variabel Tempat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, tinggi rendahnya variabel tempat tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan di Roti Bakar 88 Poris Jaya, Kota Tangerang. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, besar kecilnya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakar 88 Poris Jaya, Kota Tangerang.

#### E. Daftar Pustaka

- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Amarul, F. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(2), 1–11.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1 (9th ed.)*. Erlangga.
- Anggraini, L. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Studi Kasus Roti Bakar 88 Pasar Lama Tangerang. *Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 24–33.
- Anggraini, Saerang, I., & Soegoto, A. S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24911>
- Armeliyani. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. Universitas Negeri Makassar.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- Batlanjery, S. (2016). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Apartur Pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, 7(2). <https://doi.org/10.35724/jies.v7i2.507>
- Enjela, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Oriflame Cabang Pekanbaru.

- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fauzi, R. (2018). Pengaruh Atmosphere Cafe, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Loodst Coffe Tulung Agung. *Simki-Economic*, 02(02), 1–13.
- Ghillyer, A. W. (2016). *Business Ethics Now* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4). <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>.
- Hasibuan, S. . M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT BUMI AKSARA.
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th edition* (15th ed.).
- Kudus, N. R., Nasrul, & Juharsah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car Di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 70–79.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat, 2011.
- Maghda, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada EL's Coffee Kartini Bandar Lampung). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678–689.
- Nofitasari, Suddi, A., & Triastity, R. (2016). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Konkoku Coffe House Di Surakarta (Survei pada Pelanggan Nggone Konkoku Coffe House di Surakarta). *EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 16(2), 253–259.
- Prasetyo, ardhianto dwi, & Sunarti. (2020). Pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di tera coffee & resto bekasi. *Jurnal Ekonomi*, 78(1).
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2).
- Riyanto, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya). Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Rizal, M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bakso H. Yatmin Bekasi Timur. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa*.
- Sakinah, S. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang).

- Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.
- Saputra, A. Y., & Apriadi, D. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Quick Count Pilkada Berbasis Sms Gateway Dengan Metode Simple Random Sampling ( Studi Kasus Kota Lubuklinggau ). STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau, 3(1).
- Solihin, I. (2014). Pengantar Bisnis (A. Maulana (ed.)). Penerbit Erlangga.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, 7(1). <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Sugiyono, D. P. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D. PT Alfabet.
- Sugiyono, D. P. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). PT Alfabet.
- Sugiyono, D. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- Sugiyono, D. P. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- Sugiyono, D. P. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- Sugiyono, D. P. (2019). Statistika untuk Penelitian. PT Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2015). Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru Press.
- Sutama, P. D. (2016). Metode Penelitian Pendidikan:Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D. Fairuz Media.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Andi (ed.); 4th ed.).
- Tjiptono, F. (2016). Service, Quality & satisfaction (4th ed.). ANDI.
- Triana, D., & Oktavianto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. Jurnal Fondasi, 1(1).
- Wahyudi, M. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk. Docroral Dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang.
- Widayanti, A., Rizal, Y., & Maydiantoro, A. (2017). Pengaruh Konsumen Tentang Atribut Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JEE (Jurnal Edukasi Ekobis), 5(4).
- Yulianingsih, A. (2018). Analisi Pengaruh Promosi, Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar 88 Tangerang. JEBI | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia, 12(01). <https://doi.org/10.36310/jebi.v12i01.28>
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1). <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.648>