PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PADA RUMAH MAKAN LALAPAN BU KADIR AMBULU

Oleh:

Emilia Alexandra

NIM. 1310411310

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: alexandraemilia95@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh seorang ibu yang ingin membuka sebuah usaha di rumah dengan membuka sebuah rumah makan lalapan. Penelitian ini megunkana metode penelitian kuantitaif, penelitian ini menggunakan 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan *Non Probality Sampling* dengan jenis pengambilannya menggunakan metode *purposive sampling.* Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukan signifikansi kualitas pelayanan sebesar (0,000), harga sebesar (0,877), dan kepuasan pelanggan sebesar (0,001). Hasil uji F menunjukan nilai sebesar (11,241) dan lebih besar dari F tabel Sehingga, hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research is backgrounded by a mother who wants to open a business at home by opening a restaurant lalapan. This research quantitative research method, this study used 100 respondents with the sampling using Non Probality Sampling with the type of retrieval using purposive sampling method. Data collection techniques in the study using questionnaires and literature study. The result of t test in this study shows the significance of the service quality of (0.000), the price of (0,877), and the customer satisfaction equal to (0,001). F test results show the value of (11.224) and greater than F table Thus, the hypothesis that the quality of service, price and customer satisfaction have a significant influence on customer loyalty proved true.

Keywords: Quality of service, Price, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis, dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama Kotler, (2007). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan kafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang. Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias kepada konsumen adalah menjadi suatu *experience* di dalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukannya sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis *food service*, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep *modern* yang menawarkan suatu pengalaman tak terlupakan, penciptaan suasana yang nyaman dan didukung dengan desain interior yang unik dan lebih modern (Alfath, 2013). Pada saat ini, usaha dibidang makanan khususnya makanan lalapan di kota Ambulu Jawa Timur menunjukan perkembangan yang sangat signifikan. Perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya warung dan rumah makan dengan menu lalapan yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya rumah makan dan warung yang berdiri semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap rumah makan, untuk menghadapi persaingan tersebut, rumah makan lalapan bu Kadir dituntut untuk selalu peka dengan kualitas yang dimiliki, harga yang sesuai dan menerima keluhan dan saran dari setiap pelanggan maupun konsumen, agar pelanggan yang sudah berulang-ulang membeli tidak kecewa dan beralih ke rumah makan lainnya.

Berikut ini adalah perbandingan harga antara rumah makan lalapan Bu Kadir dengan Rumah Makan lainnya di sekitar rumah makan lalapan bu Kadir :

Tabel 1.1 Perbandingan Harga

No.	Nama	Lalapan ayam goreng	Lalapan gurami goreng	Lalapan lele goreng
1.	RM.Bu Kadir	Rp.27.000	Rp.40.000	Rp.17.000
2.	RM.Ayam kalasan	Rp.20.000	Rp.37.500	Rp.15.000
3.	Cafe BNR	Rp.26.000	Rp.45.000	Rp.14.000

Sumber : Data Sekunder

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa masih adanya perbandingan harga

dengan usaha dagang lainnya, perbandingan tersebut dapat dilihat pada rumah makan lalapan bu Kadir masih ada beberapa harga yang lebih tinggi dari lainnya. Tentunya hal ini nantinya akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan rumah makan bu Kadir Ambulu.

Selain perbandingan harga, berikut merupakan data omset rumah makan lalapan bu Kadir Ambulu per 6 Bulan 2016-2017 terakhir :

Tabel 1.2 Omset Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu per 6 Bulan 2016-2017 Terakhir

Bulan	Jumlah Omset	Presentase
September 2016	Rp 50.000.000	-
Oktober 2016	Rp 30.000.000	-40 %
November 2016	Rp 45.500.000	51,67%
Desember 2016	Rp 35.000.000	-23,08%
Januari 2017	Rp.53.600.000	53.15%
Februari 2017	Rp.42.300.000	-21.08%

Sumber : Data Sekunder

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat perusahaan mengalami naik turun jumlah penjualan. Dalam 6 bulan terakhir ini dapat dilihat bahwa perusahaan mengalami penurunan di Bulan Oktober sebesar -40 %. Walaupun di bulan-bulan lainya penjualan mengalami kenaikan, namun perusahaan belum mampu konsisten untuk kenaikan penjualannya. Tentunya hal ini sangat tidak baik bagi Rumah Makan Lalapan Bu Kadir, harapan perusahaan dalam penjualan tersebut ingin meningkatkan jumlah penjualan, naik turunnya penjualan juga akan berpengaruh pada tujuan dan kelangsungan perusahaan agar penjualan tidak lagi mengalami naik turun penjualan yang secara drastis untuk tahun selanjutnya.

Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton (2004) harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Pemahaman perusahaan berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan pelayanan, harga, dan kepuasan. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang

tidak dapat dielak lagi di era persaingan bisnis yang hypercompetition. Era ini diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat persaingan di dunia baik bisnis lokal maupun global. Tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran Ferdinand (2002). Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

Berdasarkan hal-hal diatas, penulis ingin mengungkapkan apakah harapan konsumen rumah makan lalapan bu Kadir Ambulu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan mengangkat masalah ini menjadi bahan penelitian dengan judul **“** Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada rumah makan lalapan Bu Kadir Ambulu” (studi kasus pada Rumah Makan Lalapan Bu Kadir cabang Ambulu).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir?
2. Apakah harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir?
3. Apakah faktor kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah di kemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir.
2. Untuk menguji apakah harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir.

3. Untuk menguji apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir.
4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan lalapan Bu Kadir.

1.4 Hipotesis

H_1 : Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin berpengaruh pada loyalitas pelanggan rumah makan lalapan bu Kadir.

Terdapat beberapa penelitian yang mendukung bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010).

H_2 : Semakin sesuai harga semakin berpengaruh pada loyalitas pelanggan rumah makan lalapan bu Kadir.

Penelitian Widiastanto (2011), menunjukan bahwa harga sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

H_3 : Semakin pelanggan merasa puas dengan apa yang diberikan semakin berpengaruh pula terhadap loyalitas pelanggan rumah makan lalapan bu Kadir.

Penelitian Susanti (2015), menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Aryani dan Rosinta (2010) juga mendukung bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

H_4 : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan lalapan bu Kadir.

Penelitian Putra (2012) telah menunjukan bahwa adanya pengaruh pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan secara serempak terhadap loyalitas pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. 1. Variabel Independent

Variabel bebas yaitu : Menurut Sugiyono (2011) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah :

a. Kualitas pelayanan (X_1)

Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2007).

b. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

c. Kepuasan pelanggan (X_3)

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antar prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan.

2. Variabel Dependent

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2011). Dalam penelitian ini variabel dependent adalah

a. Loyalitas pelanggan (Y)

Gremler dan Brown Caruana (2000), memberikan definisi loyalitas pelanggan sebagai tingkat dimana seorang pelanggan menunjukan pembelian berulang dari suatu produk, memiliki sikap positif terhadap produk itu, dan hanya memilih produk itu saja pada saat ia membutuhkan produk yang terkait.

2.2 Populasi dan Sampel

Menurut Ferdinand (2006), Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti kerena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah kriteria pelanggan tetap, yang dimaksud pelanggan tetap disini adalah pembelian ulang yang sudah lebih dari dua kali membeli produk di Rumah Makan lalapan Bu Kadir. Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan dalam penelitian ini adala *Non Probality Sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan metode-metode non probalitas atau secara tidak acak, elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Sedangkan jenis pengambilannya menggunakan metode *purposive sampling.*

Hal ini dilakukan karena berdasarkan pada pertimbangan waktu yang relatif lebih cepat dan biaya yang relatif murah, Jumlah sample dalam penelitian ini dihitung dengan rumus:

Rao Purba, martanti (2006) menyatakan bahwa jumlah sample minimal ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4\,(Moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sample

Z = Tingkat Keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian sampel

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4\,(0{,}10)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416}{0{,}04}$$

= 96,04 atau 96; dan dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Karena dasar itulah peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

2.3 Tenik analisis data

a. Analisis statistik

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Model persamaan regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Konstanta

$b_{1,2}$: Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Harga

X_3 : Kepuasan Pelanggan

e : error / variabel pengganggu

Model regresi berganda yang di pakai dalam penelitian ini memenuhi syarat asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas.

b. Pengujian Uji Hipotesis

1. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun signifikansi ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 maka H alternatif diterima dan H0 ditolak.

1. Merumuskan hipotesis

H0 : $\beta_1;\beta_;\beta_3 = 0$, berarti variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

H0 :$\beta_1;\beta_2;\ \beta_3 \neq 0$, berarti variabel Xmempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

2. Menentukan tingkat signifignikansi

Untuk menentukan nilai t, jika t hitung > t tabel maka statistik tabel dapat menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05) yang terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y.

3.Kriteria Pengujian

Dengan taraf signifikansi 5% (0,05) pada nilai t tabel, maka kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

a. Bila signifikansi statistik $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H0 ditolak.
b. Bila signifikansi statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H0 diterima.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memeprediksi variasi variabel terikat.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No.	Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi
1.	Konstanta	6,144	0,010
2.	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,338	0,000
3.	Harga (X_2)	0,014	0,877
4.	Kepuasan Pelanggan (X_3)	0,331	0,001

Berdasarkan tabel, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 6{,}144 + 0{,}338X_1 + 0{,}014X_2 + 0{,}331X_3}$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan
X_1 = Kualitas Pelayanan
X_2 = Harga
X_3 = Kepuasan Pelanggan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 6,144 menunjukan besarnya loyalitas pelanggan pada saat variabel

kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan konstan, maka loyalitas pelanggan dinyatakan baik.

2. Koefisien kualitas pelayanan sebesar = 0,338 menunjukan bahwa apabila persepsi responden terhadap kualitas pelayanan meningkat sebesar 33,8% maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 33,8%, dengan asumsi harga dan kepuasan pelanggan adalah konstan.
3. Koefisien harga sebesar = 0,014 menunjukan bahwa apabila persepsi responden terhadap harga sebesar 0,14% maka loyalitas pelanggan tidak meningkat sebesar 0,14%, dengan asumsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tidak konstan.
4. Koefisien kepuasan pelanggan sebesar = 0,331 menunjukan bahwa apabila persepsi responden terhadap kepuasan pelanggan meningkat sebesar 33,1% maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 33,1%, dengan asumsi kualitas pelayanan dan harga adalah konstan.

b. Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Hasil Uji t

No.	Variabel	Signifikan Hitung	Taraf Signifikan	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,000	0,05	3,654	1.6609	**Signifikan**
2.	Harga	0,877	0,05	0,155	1.6609	**Tidak Signifikan**
3.	Kepuasan Pelanggan	0,001	0,05	3,520	1.6609	**Signifikan**

Dari tabel diatas, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikan tabel adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, t_{hitung}(3,654) >t_{tabel}(1.6609), yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti secara persial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RM.lalapan bu Kadir Ambulu. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,877 dan lebih besar dari 0,05, t_{hitung}(0,155) <t_{tabel}(1.6609) yang berarti bahwa secara persial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RM.lalapan bu Kadir Ambulu. Hal ini berarti variabel harga tidak layak dijadikan variabel penentu bagi loyalitas pelanggan, sebab pengaruhnya tidak signifikan.
3. Hasil uji kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikan sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05, t_{hitung}(3,520) >t_{tabel}(1.6609), yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti secara persial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RM.lalapan bu Kadir Ambulu. t_{hitung} positif, maka semakin baik kepuasan pelanggan maka akan

berdampak pada semakin tingginya loyalitas pelanggan.

c. Koefisien Determinasi

No.	Kriteria	Koefisien
1.	*R*	0,510
2.	*R Square*	0,260
3.	*Adjusted R Square*	0,237

Hasil perhitungan regresi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,237. Hal ini berarti 23,7 % variasi variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 0,763 atau 76,3 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini, misalnya kualitas makanan, lokasi dan cita rasa.

d. Pembahasan

Secara nyata berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa secara statistik hipotesis yang diajukan terdukung oleh teori sebelumnya. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

   Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya jika kualitas pelayanan di RM.lalapan Bu Kadir di tingkatkan, maka loyalitas pelanggan di RM.lalapan Bu Kadir akan meningkat pula. Kualitas pelayanan adalah salah satu alat ukur untuk melihat apakah konsumenya itu merasa puas atau tidak. Menurut Widiastanto (2011), dalam penelitiannya menyatakan bahwa seharusnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus lebih baik, sebab perusahaan dibidang jasa menggunakan pelayanan sebagai

salah satu alat untuk menarik konsumennya.

Orang akan membeli produk jasa dari suatu perusahaan apabila dirasakan bahwa pelayanannya memuaskan. Jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan maka sudah pasti akan membuat pelanggan maupun konsumennya loyal. Seperti halnya menurut (Kotler, 2008), pada umumnya bahwa pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.Hasil ini di dukung penelitian sebelumnya oleh Aryani dan Rosinta (2010), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu : Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin berpengaruh pada loyalitas pelanggan rumah makan lalapan Bu Kadir.

2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dimana para pelanggan akan lebih loyal kepada Rumah Makan lalapan Bu Kadir tersebut apabila harga sesuai dengan apa yang mereka harapkan, karena variabel ini menunjukan bahwa harga sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan variabel ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu : semakin sesuai harga semakin berpengaruh pada loyalitas pelanggan Rumah Makan lalapan Bu Kadir.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya jika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah didapatkan maka akan menimbulkan sesorang untuk loyal. kepuasan pelanggan juga sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa

kita. Dan menurut Dharmayanti (2006) kepuasan adalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas. Selain itu, Kandampully & Suhartanto (2000), menyatakan bahwa apabila pelanggan telah merasa puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan /loyalitas konsumen. Hasil ini dibuktikan mendukung penelitian sebelumnya oleh penelitian Susanti (2015), menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, bahkan penelitian Aryani dan Rosinta (2010) juga mendukung bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

4.KESIMPULAN DAN SARAN

a.Kesimpulan

1. Terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu. Artinya bahwa kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan, jika hal ini terlaksana dengan baik, maka loyalitas pelanggan di Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu akan semakin meningkat.
2. Sedangkan variabel harga tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan melainkan negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu. Artinya bahwa harga tidak sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan, maka loyalitas pelanggan di Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu tidak meningkat dikarenakan variabel harga tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Terbukti bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu. Artinya bahwa kepuasan pelanggan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan, jika hal ini terlaksana dengan baik, maka loyalitas pelanggan di Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu akan semakin meningkat.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang di peroleh, maka saran yang dapat di berikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini, RM.lalapan bu Kadir Ambulu terus melakukan dan meningkatkan inovasi terhadap rumah makannya. Seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menetapkan harga sesuai kemampuan serta meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan. Misalnya :

   a. Sebaiknya bagi pemilik Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karena berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan pelayanannya di rumah makan dalam melayani pelanggan dan dapat juga dilakukan dengan memberikan pelayanan terbaik dan juga memperbaiki kualitas fasilitas penunjang seperti tempat parkir.

   b. Sebaiknya bagi pemilik Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu diharapkan untuk menyesuaikan harga, karena berdasarkan hasil penelitian harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan begitu bagi pemilik rumah makan hendaknya dapat menyesuaikan harga dengan tepat dan disesuaikan dengan kualitas makanan yang baik. Karena harga yang terjangkau akan menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen atau pelanggan.

   c. Selain faktor kualitas pelayanan dan harga, hal lain yang berkaitan adalah kepuasan pelanggan yang perlu ditingkatkan karena kepuasan pelanggan memiliki

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu pihak rumah makan seharusnya mampu melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan pembentukan kepuasan pelanggan. Hal ini bertujuan agar kepuasan pelanggan akan manfaat yang mereka dapatkan sebanding dengan biaya yang telah mereka bayarkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, karena masih ada pengaruh dari variabel diluar variabel yang ada dalam penelitian ini, maka hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukan variabel lain selain variabel yang sudah dimasukan dalam penelitian ini, selain itu peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk tidak hanya mengambil penelitian dari sudut pandang konsumen atau pelanggan saja, melainkan juga dari sudut pandang pihak rumah makan

.

5. DAFTAR PUSTAKA

Adam, 2015. ***Manajemen Pemasaran Jasa.***PenerbitAlfabeta, Bandung

AdkhaWidiastanto, 2011. ***Analisis PengaruhLokasi, KualitasMakanan, Pelayanan, dan Harga Terhadap Pada Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Mas Pur***,UniversitasDiponegoro, Semarang.

Alma, Bucheri.2007. ***Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.***Cetakan ketujuh.Bandung:CV.Alfabeta.

Angipora, Marius P.2004. ***Dasar-dasar Pemasaran***, Edisi Kedua, Cetakan Kedua. PT. Raja GrafindoPersada, Jakarta.

Augusty Ferdinand.2006. ***Metode Penelitian Manajemen***.Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi,Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.

Ari Prasetio, "***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan",***Jurnal Manajemen, Vol.1 No.4, 2012

B.S. Dharmamesta. ***"Loyalitas Pelanggan : Sebuah kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti"***. Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol 14, No3

Basu Swastha, Irawan,2001. "***Manajemen Pemasaran Modern***", Liberty offset, Yogyakarta.

Basu Swastadan Hani Handoko, 2010, ***"Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen"***. BPFE. Yogyakarta.

Bowen, John T. and Chen, Shiang-Lih (2001), "**The Relationship between Customer Loyalty and Customer Satisfaction",** International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13/5.

Caruana. 2000. ***"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan"***.

Dantes, Nyoman, 2012. ***MetodePenelitian***. Yogyakarta. http://www.karyaku.web.id/2014/12/hipotesis-penelitian-pendidikan.html

Dharmayanti, 2006. ***Analisis Dampak Servie performance dan kepuasan sebagai Moderating Variabel terhadap Loyalitas.*** Faculty of Economic, Petra Christian University.

Dhien Alfath Aulya, 2013. ***Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap keputusan pembelian.***Universitas Diponegoro.Semarang.

Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010. ***Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas.*** Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi.vol 17, No.2.Universitas Indonesia.

Ervi Susanti, 2015. ***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan***. Universitas Nusantara PGRI. Kediri.

Fandy Tjiptono, 2002. ***Strategi Pemasaran***, Andy Offset, Yogyakarta.

Febri Tri Bramasta Putra, 2012. ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan***.Universitas Diponegoro.Semarang.

Ferdinand, Augusty. 2002. ***Structural Equation Modelling dalam Penelitian***

Manajemen. Semarang : FE UNDIP.

Ghozali, Imam, 2001. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS***, Badan Peneliti Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali. Imam. 2011. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19***, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Griffin, Jill, 2002. ***Customer Loyalty***, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Amstrong. 2001. ***Prinsip-prinsip pemasaran***, Edisi kedua belas, Jilid 1. Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. ***Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control***, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo, alih bahasa oleh Hendra Teguh S.E.,A.K., dan Ronny A. Rusli, S.E.

Kotler, Philip. 2005. ***Manajemen Pemasaran***. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks.

Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller. 2007. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi Kedua belas. Jakarta : PT. Indeks.

------. 2010. ***Manajemen Pemasaran.*** Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.

------. 2010. ***Manajemen Pemasaran.*** Edisi Kedua Belas. Jilid2. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Lamb, Charles. W. et.al. 2001. ***Pemasaran. Buku I Edisi Pertama***. Salemba Empat. Jakarta.

Partua Pramana Hamonangan Sinaga, 2010. ***"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan***", Universitas Diponegoro, Semarang.

Marno Nugroho dan Ratih Paramita. 2009. "***Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang***". EKOBIS vol. 2 no. 1. Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

Moekijat, 2000. ***Kamus Manajemen***. Bandung : Penerbit CV. Mandar Maju.

Rambat Lupiyoadi, 2001. ***"Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik***, Salemba Empat, Jakarta.

Ratih Hurriyati, 2005. ***Bauran Pemasaran & Loyalitas Pelanggan***, Alfabeta, Bandung.

Soriano, D.R, 2002. "***Customers' expectations factors in restaurants: the situation in***

Spain". The International Journal of Quality &Reliability Management, Vol. 19 Nos 8/9, pp. 1055-67.

Stanton, William J. ***"Prinsip Pemasaran"***. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa. Penerbit Erlangga.Jakarta.

Sugiyono, 2007, ***"Metodologi Penelitian Bisnis"***, PT. Gramedia, Jakarta

_____

Sugiyono.2009. ***"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D"***. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2009. ***"Statistik Untuk Penelitian"***. : Penerbit Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2012. "***Metode Penelitian Bisnis"***. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Suliyanto, 2005, ***"Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran"***, Bogor : Ghalia Indonesia.

Swasta, Basu, 2002. ***"Azas-azas Marketing"***. Liberty, Yogyakarta.

Swastha,Basu. 2010. ***"Manajemen Penjualan*** : Pelaksanaan Penjualan, BPFE Yogyakarta.

Zeithaml,Valarie A and Bitner, M.J, 2003. ***Service Marketing***. Tata McGraw-Hill.

Zikmund, McLeod & Gilbert, 2003. ***Customer Relationship Manajeme***