

ABSTRAK

Larasati Sukma, Hubungan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan restoran berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* sebanyak 150 responden. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 11.203 + 0,244 X_1 + 0,165 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikan (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi Y bernilai 0.200, X1 bernilai sebesar 0.091, dan X2 bernilai 0.200, karena tingkat signifikansi ketiganya > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X1 dan Y atas X2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearty*, yaitu $0,000 < 0,05$ untuk X1 dan $0,020$ untuk X2, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X1 $t_{hitung}=4.656$ dan $t_{tabel} 1.655$ dan Y atas X2 $t_{hitung}=2.321$ dan $t_{tabel}=1.655$. Nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,3k60 dan nilai koefisien korelasi antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.191. jadi terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, juga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X1 diperoleh sebesar 0,129 yang menunjukkan bahwa 12,9% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk. Sementara itu, sisanya 87,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X2 diperoleh sebesar 0,036 yang menunjukkan bahwa 3,6% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh harga. Sementara itu, sisanya hanya 96,4% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas produk, Harga

ABSTRACT

Larasati Sukma, The Correlation between Product Quality and Price with Customer Satisfaction on The Concept Restaurant “All You Can Eat” Hanamasa In Jakarta.

This research was conducted in the Faculty of Economics Studen in State University of Jakarta, for 6 months, starting from January to June 2020. The purpose of this study is to determine the correlation between product quality and price and restaurant customer satisfaction with the Concept Restaurant “All You Can Eat” Hanamasa in Jakarta on students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlational approach, the population used are all students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling of 150 respondents. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 11,203 + 0,244 + 0,165$. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significant level (α) = 5% or 0.05 and estimates significance level of Y value of 0.200, X1 value of 0.091, and X2 value of 0.200, because the significance level of all three > 0.05 its can be it was concluded that the data was normally distributed and could be used in next analysis. Linearity regression test of Y for X1 and Y for X2 estimates significance value on Linearty, which is 0,000 < 0.05 for X1 and 0.020 for X2, so it is concluded that it has a linear relationship. Next, a t test was carried out and yielded Y on X1 $t_{count} = 4,656$ and $t_{table} 1,655$ and Y on X2 $t_{count} = 2,321$ and $t_{table} = 1,655$. The correlation coefficient between variabel of product quality (X1) to customer satisfaction (Y) is 0.360 and the correlation coefficient between variable of price (X2) and customer satisfaction (Y) is 0.191. so there is a positive and significant effect between product quality and customer satisfaction, there is also a positive and significant effect between price and customer satisfaction. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant effect between product quality and price on customer satisfaction. The coefficient of determination of Y on X1 obtained 0.129 which showed that 12.9% of the customer satisfaction variables were determined by product quality. Meanwhile, the remaining 87.1% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y on X2 obtained by 0.036 which shows that 3.6% customer satisfaction variable is determined by price. Meanwhile, the remainder was only 96.4% influenced by other factors.

Keywords: *Customer Satisfaction, Product Quality, Price*