

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PRODUK, DAN LINGKUNGAN FISIK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus pada Resto *secret garden coffee and chocolate* Yogyakarta)**

Oleh :

Savitry Nurharyati

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta, baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini dilakukan di Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta pada Juni sampai dengan September 2017. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling* dengan cara *sampling incidental*. Uji hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F dengan bantuan program *SPSS for windows release 16.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,147 (bertanda positif). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,248 (bertanda positif). Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,317 (bertanda positif). Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,653. Sementara itu kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien determinasi sebesar 0,812

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, Lingkungan Fisik, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the effect of service quality, prices, product, and servicescape consumer's satisfaction at Secret Garden Coffe and Chocolate's Resto Yogyakarta. This research was heald from June to September 2017 at Secret Garden Coffe and Chocolate's Resto Yogyakarta. Data were collected from 100 partcipants and choosed with non-probability sampling technique using the sampling incidental method. Hipothesis test used F-Test and T-Test with the help of SPSS program for windows release 16.0.

The result of this study showed regression similarity such as: $Y = -1.192 + 0,147 X1 + 0,248 X2 + 0,317 X3 + 0,653 X4$. It means, service quality have a positive effect on customer's satisfication, with coefficient value regression 0,147. Price as variable is significantly influence customer's services with with coefficient value regression as much as 0,248. Product as variable is significantly influence customer's services with with coefficient value regression as

much as 0,317. Servicescape as variable is significantly influence customer's services with with coefficient value regression as much as 0,653. Therefore, service quality, price, product, and servicescape significantly influence, with value koefisien determination -1,192.

Keyword Keys : service quality, prices, product, servicescape, consumer's satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta di setiap tahun bertambah maju pesat dengan adanya pembukaan tempat-tempat destinasi baru oleh Pemerintah. Tempat wisata dengan berbagai pilihan obyek wisata yang disetiap Kabupaten berlomba-lomba untuk memunculkan obyek wisata baru dan budaya yang sering disebut dengan budaya jawa,hal tersebut dipromosikan oleh Pemerintah sehingga dapat menarik jumlah wisatawan luar maupun asing untuk datang ke Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dilihat dari beberapa hal tersebut maka timbul beragam potensi muncul salah satunya adalah wisata kuliner di Yogyakarta. Salah satu *icon* utama yang terkenal dari kuliner di Yogyakarta adalah gudeg dan bakpia, tak hanya kedua makanan itu saja melainkan tempat-tempat untuk menyajikan makanan yang sedang populer dikalangan pelajar, mahasiswa, wisatawan dan masyarakat yang di berada di kota Yogyakarta. Banyak sekali tempat wisata kuliner Yogyakarta yang menjadi buruan para pencari atau pemburu makanan enak di sekitar daerah Yogyakarta, kota ini disebut sebagai kota

pelajar yang identik dengan kehidupan anak muda dan mahasiswa ini memang menjadi pasar potensial bagi para pebisnis kafe atau restoran. Dimana setiap pesaing berlomba-lomba untuk menarik konsumen untuk selalu minat terhadap resto tersebut, menarik konsumen baru untuk menambah pendapatan perusahaan. Menampilkan menu segar, baru dan unik juga merupakan salah satu daya tarik untuk konsumen. Pesaing memulai untuk lebih memperhatikan fasilitas yang dibutuhkan konsumen semisalnya menyediakan *wifi* dan menambahkan area bermusik. Pada saat ini datang ke sebuah resto tak hanya untuk menikmati hidangan dan berkumpul, melainkan juga untuk mengabadikan momen kebersamaan melalui berfoto dan biasanya untuk di unggah ke media sosial. Hal tersebut bisa dikatakan sebagai mempromosikan tempat secara tidak langsung akan sebuah resto, yang nantinya akan menarik keingintahuan dari konsumen baru. Beberapa tahun belakangan ini resto di Yogyakarta yang mengusung konsep outdoor ternyata tidak hanya di resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* melainkan ada beberapa pesaing yang muncul atau bahkan sebagai pendahulunya. Berikut beberapa contoh daftar pesaing resto dengan konsep *outdoor* :

Tabel.1 Pesaing resto dengan konsep *Outdoor*

Nama kafe atau restoran	Alamat
Nanamia Pizzeria	Jl. Tirtodipuran No.1, Yogyakarta
Cinema Bakery	Jl. Prawirotaman 1 No. 2, Yogyakarta
Abhayagiri Restaurant	Dusun Sumberwatu, Desa Sambirejo, Prambanan- Sleman
Epic café & Epilog Furniture	Jl. Tentara Pelajar No. 29, Yogyakarta

Sumber : Rosa Amalia, 2015

Dalam proses penciptaan kepuasan konsumen pihak resto menemui beberapa masalah antara lain pelayanan dalam hal menyajikan produk masih lama, lokasi yang masih tersembunyi, persaingan bisnis dari kompetitor, namun pihak resto berusaha memberikan pelayanan yang baik, memberikan harga yang pantas, produk produk makanan yang bervariasi serta menampilkan lingkungan fisik resto yang menarik untuk dinikmati. Namun yang jadi masalah apakah dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut dirasa cukup atau belum untuk memenuhi beberapa kriteria untuk kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen

5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik secara simultan terhadap kepuasan konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, 2004:59 kualitas pelayanan adalah tingka keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*) . Pentingnya kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan yang ditunjukkan dengan cara memberikan kemudahan, kecepatan, sikap, tindakan dan keramahan kepada pelanggan. Hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang baik kepada *image* perusahaan.

Harga

Menurut Tjiptono (2002), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang, ditukarkan agar memperoleh hak

kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Variabel harga dirasa cukup penting bagi para konsumen untuk menjadi pertimbangan satu-satunya saat pengambilan keputusan untuk pembelian suatu produk atau jasa. Namun dalam beberapa hal, harga yang dirasa mahal dianggap mempunyai kualitas yang tinggi akan harga produk tersebut.

Produk

Menurut Kotler(2008:4) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa pengalaman, acara-acara, gagasan, properti,dan organisasi. Menghasilkan produk merupakan salah satu kegiatan usaha dari perusahaan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Produk sebagaimana mestinya berfungsi sebagai pemuas dan pemenuhan akan keinginan serta kebutuhan dari konsumen.

Lingkungan fisik

Lovelock dan Wirtz (2204:354) mendefinisikan lingkungan fisik merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Desain dan tata letak fasilitas sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan saat disuatu ruangan. Persepsi yang timbul adalah bentuk interaksi dari pelanggan, desain yang menarik, atribut-atribut yang tersedia dan membuat nyaman pelanggan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ketertarikan pelanggan untuk menikmati fasilitas jasa.

Kepuasan konsumen

Kotler dan Amstong (2012:546) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu pembeliann tergantung dari kinerja produk nyata, sehingga sesuai dengan harapan pembelinya. Diharapkan

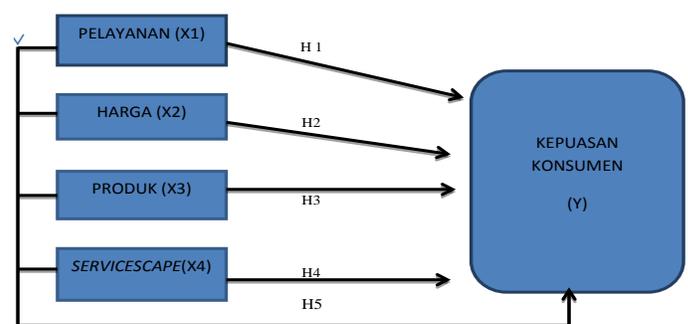
dengan tercapainya kepuasan pelanggan maka akan berimbas pada pembelian ulang konsumen, reputasi dari perusahaan baik dimata pelanggan, menjadikan bentuk iklan dari mulut ke mulut dan akan berorientasi pada peningkatann laba perusahaan.

Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Indy dan Eunike (2016) dalam jurnal yang berjudul “Analisa Kepuasan Konsumen Remaja Terhadap Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Di *Food Court Dan Fast Food Restaurants* Di Surabaya, yang menyatakan bahwa variabel Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Kualitas Makanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen remaja Di *Food Court Dan Fast Food Restaurants* Di Surabaya.

Kerangka Berpikir

Berikut kerangka berpikir yang dapat dilihat :



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

Hipotesis

1. Diduga variabel pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
2. Diduga variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

3. Diduga variabel produk (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
4. Diduga variabel lingkungan fisik (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
5. Diduga pelayanan (X1), harga (X2), produk (X3) dan lingkungan fisik (X4) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta berada di Jl. Amri Yahya No. 2, Pakuncen, Wirobrajan Yogyakarta. Waktu penelitian, penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang ada di Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Roscoe* yang berjumlah 100 responden.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji F.

Uji Validitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen yang digunakan untuk dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Augusty, 2007).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang

merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis untuk melihat sejauh mana pengaruh antara pelayanan, harga, produk dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011 : 10) sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

yang berartikan :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Pelayanan

X2 = Harga

X3 = Produk

X4 = Lingkungan fisik

b₀, = Nilai konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien regresi

e = Standar error

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r²) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bias dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.

Uji parsial (Uji t)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti (α = 0.05). Apabila nilai t hitung > t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

Uji serempak (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara

bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai F hitung \geq dari nilai F tabel, maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

A. Deskripsi Identitas responden

Dalam penelitian ini telah mengambil data pengunjung Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta. Dari 100 kuesioner yang disebar maka semuanya dapat digunakan untuk analisis data. Identifikasi responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Semua informasi mengenai hasil penelitian dan informasi yang telah didapat dari responden maka dapat dilakukan penyajian data.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen variabel kualitas pelayanan

VARIABEL X1	Rhitung	Nilai-Sig	KETERANGAN
PELAYANAN(X1)	0,392	0,032	VALID
PELAYANAN(X1.2)	0,685	0,000	VALID
PELAYANAN(X1.4)	0,740	0,000	VALID
PELAYANAN(X1.5)	0,653	0,000	VALID
PELAYANAN(X1.6)	0,514	0,004	VALID
PELAYANAN(X1.7)	0,379	0,039	VALID
PELAYANAN(X1.8)	0,571	0,001	VALID
PELAYANAN(X1.9)	0,669	0,000	VALID
PELAYANAN(X1.10)	0,696	0,000	VALID

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen variabel harga

VARIABEL X2	Rhitung	Nilai-Sig	KETERANGAN
HARGA(X2.1)	0,698	0,000	VALID
HARGA(X2.2)	0,859	0,000	VALID
HARGA(X2.3)	0,698	0,000	VALID
HARGA(X2.4)	0,644	0,000	VALID
HARGA(X2.5)	0,696	0,000	VALID
HARGA(X2.6)	0,639	0,000	VALID
HARGA(X2.7)	0,819	0,000	VALID
HARGA(X2.8)	0,688	0,000	VALID

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen variabel produk

VARIABEL X3	Rhitung	Nilai-Sig	KETERANGAN
PRODUK (X3.1)	0,778	0,000	VALID
PRODUK (X3.2)	0,693	0,000	VALID
PRODUK (X3.3)	0,803	0,000	VALID
PRODUK (X3.4)	0,665	0,000	VALID
PRODUK (X3.5)	0,699	0,000	VALID
PRODUK (X3.6)	0,712	0,000	VALID
PRODUK (X3.7)	0,718	0,000	VALID

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen variabel lingkungan fisik

VARIABEL X4	Rhitung	Nilai-Sig	KETERANGAN
Lingkungan fisik (X4.1)	0,730	0,000	VALID
Lingkungan fisik (X4.2)	0,680	0,000	VALID
Lingkungan fisik (X4.3)	0,705	0,000	VALID
Lingkungan fisik (X4.4)	0,552	0,002	VALID
Lingkungan fisik (X4.6)	0,765	0,000	VALID
Lingkungan fisik (X4.7)	0,758	0,000	VALID

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen variabel kepuasan

VARIABEL Y	Rhitung	Nilai-Sig	KETERANGAN
KEPUASAN (Y1.1)	0,772	0,000	VALID
KEPUASAN (Y1.2)	0,784	0,000	VALID
KEPUASAN (Y1.3)	0,590	0,001	VALID
KEPUASAN (Y1.4)	0,667	0,000	VALID
KEPUASAN (Y1.5)	0,742	0,000	VALID
KEPUASAN (Y1.6)	0,546	0,002	VALID
KEPUASAN (Y1.7)	0,501	0,006	VALID
KEPUASAN (Y1.8)	0,464	0,010	VALID
KEPUASAN (Y1.9)	0,418	0,021	VALID

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Batas reliabel	Keterangan
Pelayanan (X1)	0.777	0.6	Reliabel
Harga (X2)	0.861	0.6	Reliabel
Produk (X3)	0.857	0.6	Reliabel
Lingkungan fisik (X4)	0.801	0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.760	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan

pada variabel-variabel tersebut dikatakan valid. Nilai *alpha croanbach* untuk setiap pernyataan $>0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

C. Analisis regresi linier berganda

1. Tabel 12. Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.192	1.789		-.666	.507
	PELAYANAN	.147	.072	.153	2.060	.042
	HARGA	.248	.083	.203	2.994	.004
	PRODUK	.317	.100	.252	3.151	.002
	LINGKUNGAN FISIK	.653	.095	.439	6.879	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN bergnda diperoleh hasil bahwa yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah lingkungan fisik dilihat dari nilai signifikan yang paling kecil.

Sumber: Data Primer diolah,2017 lampiran spss
 Persamaan regresinya $Y = -1.192 + 0.147 X_1 + 0.248 X_2 + 0.317 X_3 + 0.653 X_4$ dari hasil koefisien regresi

D. Koefisien determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil uji koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.820	.812	1.404

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN FISIK, HARGA, PELAYANAN, PRODUK

Sumber: Data Primer diolah,2017 lampiran spss

Berdasarkan tabel tersebut R Square bernilai 0,812 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan,harga,produk, dan lingkungan fisik mempunyai hubungan kuat

dan positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel diluar penelitian.

E. Pengujian hipotesis

a. Uji regresi (Uji t)

Untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara

Tabel 15. Hasil uji regresi (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-1.192	1.789	-.666	.507
	PELAYANAN	.147	.072	2.060	.042
	HARGA	.248	.083	2.994	.004
	PRODUK	.317	.100	3.151	.002
	LINGKUNGAN FISIK	.653	.095	6.879	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber : data diolah 2017, lampiran spss

1. Uji t Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil pengujian variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai t 2.060 dengan nilai signifikan sebesar 0.042 yang nilainya lebih kecil dari α sebesar 0.05 serta memiliki nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0.147 bertanda positif maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta, dengan pernyataan tersebut hal ini berarti Hipotesis diterima

2. Uji t Harga (X2)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil pengujian variabel harga mempunyai nilai t 2.994 dengan nilai signifikan sebesar 0.004 yang nilainya lebih kecil dari α sebesar 0.05 serta memiliki nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0.248 bertanda positif maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

individual menerangkan dependen, berikut hasil masing-masing variabel secara parsial.

kepuasan konsumen Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta, dengan pernyataan tersebut hal ini berarti Hipotesis diterima

3. Uji t Produk (X3)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil pengujian variabel produk mempunyai nilai t 3.151 dengan nilai signifikan sebesar 0.002 yang nilainya lebih kecil dari α sebesar 0.05 serta memiliki nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0.317 bertanda positif maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta, dengan pernyataan tersebut hal ini berarti Hipotesis diterima.

4. Uji t lingkungan fisik (X4)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil pengujian variabel lingkungan fisik mempunyai nilai t 6.879 dengan nilai

signifikan sebesar 0.000 yang nilainya lebih kecil dari α sebesar 0.05 serta memiliki nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0.653 bertanda positif maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta, dengan pernyataan tersebut hal ini berarti Hipotesis diterima.

b. Hasil Uji F

Untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat, adapun hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil analisis uji F (Anova)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	851.528	4	212.882	108.021	.000 ^a
Residual	187.222	95	1.971		
Total	1038.750	99			

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN FISIK, HARGA, PELAYANAN, PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber : Data primer diolah 2017, lampiran spss

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil uji *anova* diperoleh nilai F hitung sebesar 108.201 (positif) dengan signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ maka secara simultan pelayanan (X1), harga (X2), produk (X3), lingkungan fisik (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta.

Pembahasan hasil penelitian

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berarti hipotesis ini diterima. Selalu mengedepankan pelayanan terbaik kepada konsumennya agar terciptanya rasa puas. Kepuasan yang diperoleh konsumen akan memberikan manfaat yang baik bagi

pihak resto. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferninda Manopo yang mengemukakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berarti hipotesis ini diterima. Harga yang relatif terjangkau untuk kalangan mahasiswa Jogja, dan para konsumen lainnya ditambahkan pula dengan program promosi yang diberikan pihak resto akan menarik konsumen baru yang nantinya menuju pada penambahan pendapatan resto. Hasil penelitian

tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imam Haromain yang mengemukakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berarti hipotesis ini diterima. Pihak resto dengan cara menampilkan menu segar, baru dan unik, serta menyajikan hidangan yang tak hanya Indonesian *food* namun juga *western food*, akan mendukung terjadinya kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febby Gita Cahyani yang mengemukakan bahwa produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berarti hipotesis diterima. Kepuasan konsumen dapat ditentukan oleh Lingkungan fisik, hal ini di dukung dengan tampilan desain *outdoor* yang nyaman, *romantic* beserta fasilitas antar lain menyediakan *wifi* dan arena bermain musik. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferninda Manopo yang mengemukakan bahwa lingkungan fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta., berikut kesimpulannya :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
3. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
4. Variabel lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
5. variabel pelayanan , harga , produk dan lingkungan fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Saran

1. Apabila ingin lebih lagi mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dapat ditambahkan variabel-variabel lain seperti promosi, lokasi, komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, dan fasilitas pendukung, citra merk.
2. Menambahkan fasilitas permainan seperti uno, puzzle, atau kartu guna konsumen menggunakan waktu uang dalam menunggu pesanan tidak bosan.

Tindak lanjut

Hasil penelitian ini dapat dilakukan tindak lanjut untuk meningkatkan kepuasan

konsumen melalui variabel kualitas pelayanan, harga dan produk karena pengaruhnya masih kecil dan perlu ditingkatkan, serta untuk Resto *Secret Garden Coffee and Chocolate* Yogyakarta dapat menggunakan lingkungan fisik yang ada untuk mendapatkan kepuasan konsumen karena hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang paling besar. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lainnya untuk menunjang kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Garvin. (2008). *Kualitas Produk*. Diposting pada 30 Oktober , 2008 Oleh Hardpurba (WWW.Scribd.com/doc/67240219/DelapanDimensi- Kualitas-Alexander-Garvin). Diakses tanggal 12 september 2017
- Bitner, Marry. Jo., 2006. *Servicescape: The Impact Of Physical Surrounding On Customer and Employees*. Journal Of Marketing, 56 (2), 57-71.
- Bennion, M dan O.Hughes. 1975. *Introductory Foods*. New York:Macmillan Publishing Co, inc.
- Cahyani, Febby. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya*. ISSN : 2461-0593
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Dianan. 2003. *TQM (total quality management)*. Yogyakarta:Andi offset.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta:Andi Offset.
- Ghozali, I. dan Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling. Edisi Kedua*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kelima*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Garvin, David, 2001. *"Managing Quality", di dalam Nasution, M.N. Manajemen AlutuTerpadu (Fotal Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Haromain, Imam. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Surabaya*. ISSN : 2461-0593
- Hightower, R. Jr. 2010. *Commentary on Conceptualizing the Servicescape Construct in „A Study of the Service Encounter in Eight Coutries*. Marketing Management Journal, 20(1) Spring: 76-86
- Hightower, R. Jr., dan Shariat. M. 2010. *“Servicescape’s Hierarchical Factor Structure Mode”*. Global Review and Economic Research, 20 (1) Spring; 375-398).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta:Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasran dan Pemasaran Jasa*.
- Kotler, Philip and Armstrong,Gary. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi

- Duabelas Jilid 1. Alih bahasa Bob Sabran. Jakarta:Erlangga.
- Limantoro, Eunieke. 2015. *Analisa Kepuasan Konsumen Remaja Terhadap Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga di Food Court Dan Fast Food Restaurant di Surabaya*. Universitas Kristen Petra
- Lupiyoadi R, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua Jakarta:Salemba empat.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta:Salemba Empat.
- Lovelock, Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Indeks
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: people, technology, strategy (7th ed.)*. New Jersey:Prentice Hall
- Machfoedz Mahmud. 2005. *Pengantar Ekonomi Modern* Yogyakarta:Upp Amp YKPN.
- Manoppo, Ferninda. 2013. *Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado*. ISSN 2303 – 1174.
- Sekaran.Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta:Andi Ofset.
- Zeithml, V. A., & Bitner, M. J. 2006. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New york:McGraw Hill.
- Zeiithmal, V.A., A. Parasuraman and L.L. Berry.1990. *DeliveringQuality Services*. New York: The free Press.
- <https://www.google.co.id/search?q=daftar+esto+outdoor+jogja+oleh+rosa+amali+a+2015>. Diakses tanggal 12 september 2017

