

**PENGARUH MARKETING MIX DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN
AYAM PENYET RIA RANTAUPRAPAT**

Muhammad Ali Al Ihsan¹

Mukhrizal Effendi²

Yuli Handayani³

effendimukhrizal@gmail.com

RINGKASAN - Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarnya. Pada penelitian ini bauran pemasaran yang menjadi variabel independen yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga, produk, lokasi, dan promosi serta penambahan variabel independen lain yaitu kualitas pelayanan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar masing-masing pengaruh dari variabel independen (harga, produk, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah konsumen Restoran Ayam Penyet RIA yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampling *non probability* dengan metode *accidental sampling* berjumlah 100 konsumen. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala rating kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, atas uji validitas dan reliabilitas disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan telah valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Hasil dari analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu harga, produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan variabel independen lainnya yaitu lokasi dan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Harga, Produk, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Konsumen.*

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Labuhan Batu

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Labuhan Batu

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Labuhan Batu

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha restoran dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan harga, produk, lokasi, tempat dan pelayanan yang ditawarkan dan ditampilkan oleh berbagai restoran. Saat ini semakin banyak orang yang berburu membuka usaha kuliner, karena usaha ini begitu berpeluang untuk memperoleh laba yang tinggi.

Seorang pengusaha kuliner sebelum memutuskan jenis kuliner apa yang ingin dipilih ia lebih dahulu melakukan riset di dalam pasar. Mengetahui jenis kuliner apa yang belum ada di pasar dan apa yang dibutuhkan oleh pasar. Perusahaan dapat mencapai tujuan jangka panjang dengan menetapkan sarana yang ingin dicapai melalui strategi pemasaran yang akan digunakan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Banyak usaha kuliner yang sudah sangat terkenal dan memiliki konsumen yang setia. Oleh sebab itu seorang pengusaha harus membuat strategi bauran pemasaran yang tepat, agar usaha yang dijalankan dapat memberikan omset yang tinggi. Didalam bauran pemasaran ada 4 (empat) P yang harus diperhatikan yaitu: *price, product, place and promotion*.

Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarannya. Keempat variabel di atas haruslah diterapkan dengan tepat agar tujuan dapat tercapai dengan baik. Keempat variabel di atas sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen nantinya. Jika salah satu dari variabel tersebut tidak tepat maka tujuan perusahaan tidak akan tercapai dengan baik.

Pengusaha sering membuat harga tidak sesuai dengan kualitas produk dan keuangan konsumen, sehingga konsumen tidak mau melakukan pembelian dan lebih memilih ketempat lain. Tempat yang strategis juga menjadi pilihan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, tempat yang sulit di jangkau dan jauh dari keramaian akan menjadi masalah bagi target sebuah perusahaan. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen memiliki banyak pertimbangan karena adanya respon terhadap suatu jenis produk yang dapat dilihat dari minat, keyakinan, kehendak, selera dan tindakan yang pada akhirnya konsumen melakukan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Restoran Ayam Penyet Ria yang mulai beroperasi di Rantauprapat pada tahun 2016 menjadi salah satu tempat makanan yang sering dikunjungi oleh masyarakat Rantauprapat yang berlokasi tidak jauh dengan perkantoran dan pusat kota di Rantauprapat. Reaksi konsumen sangat memiliki pengaruh dalam perkembangan suatu produk, jika konsumen merasa kebutuhannya sesuai dengan keinginan dan selernya, maka konsumen akan senang dan menceritakan pengalamannya kepada konsumen lain. Namun keputusan pembelian seringkali berubah-ubah karena ada lima tahapan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kepuasan konsumen dan perilaku pasca pembelian. Tahapan-tahapan diatas perlu dipahami oleh produsen untuk mengetahui secara tepat mengapa konsumen membeli atau tidak membeli produk yang dihasilkan. Produsen perlu mendekati diri kepada konsumen agar lebih mengetahui persepsi, nilai, tingkah laku, kepercayaan dan tentu saja kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan latar belakang di atas tim peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen Restoran Ayam Penyet Ria yang berada di Jalan Ahmad Yani, Kota Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat”**.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala pengukuran skala rating, wawancara dan dokumentasi.

2. Teknik Pengumpulan Data

a) Kuesioner

Menurut Abuzar, Irawan dan Agus “kuesioner merupakan suatu bentuk alat yang digunakan untuk menjembatani peneliti atau pelaku penelitian dengan responden dalam mencapai tujuan pengumpulan data”. Kuesioner yang diberikan berisi 20 pertanyaan bersifat tertutup dengan skala rating, yaitu dari

skala 1 s/d 4. Skala pengukuran ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden secara individu maupun kelompok mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh Restoran Ayam Penyet Ria.

b) Wawancara

Dalam penelitian ini hanya merupakan pelengkap, karena apabila responden dalam menjawab pertanyaan tidak jelas, maka perlu diminta penjelasan secara lisan dan langsung.

c) Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatandokumen. Dalam penelitian ekonomi, fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

d) Jenis dan Sumber Data

1) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari lapangan berupa hasil wawancara dengan berbagai responden yang beberapa kali datang berkunjung ke Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat. Metode wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai alasan konsumen memilih berkunjung kembali untuk mengukur bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen guna mendapatkan data dan jawaban sejujur-jujurnya.

2) Data Sekunder

Keberadaan peneliti sebagai observasi non partisipan dianggap perlu agar tidak mengganggu keamanan identitas dari para informan, menciptakan suasana yang kondusif selama terjun ke lapangan dan tidak mengalami hambatan dalam proses wawancara. Metode triangulasi yang digunakan dalam teknik wawancaradilakukan untuk melihat responden memberikan jawaban atas reaksi terhadap pengaruh bauran pemasaran dan seberapa jauh keterkaitan responden dapat memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Adapun dokumen yang diperoleh dari hasil observasi berupa salinan kunjungan konsumen ke Restoran Ayam Penyet Ria terhitung dari selama bulan September 2019. Sedangkan dokumen yang berbentuk gambar berupa

foto peneliti saat membagi kuisioner, foto bersama para karyawan Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat, lokasi parkir dan ruang yang nyamanserta dokumen pendukung lainnya diperoleh sewaktu terjun ke lapangan dipercaya mendukung dan melengkapi hasil penelitian.

3. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data dengan cara mengubah data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan (Zikmand, 2000:436). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis profil responden terhadap setiap item pernyataan yang mengkaji mengenai *marketing mix*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini merupakan model statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas Harga (X1), Produk (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Kualitas Pelayanan (X5) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Secara manual teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Y = a + b X1 + b X2$$

c. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 nol dan satu, dimana nilai R^2 diantara R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai R^2 yang memberikan hampir semua informasi adalah yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Harga Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Hasil yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin mahal harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka konsumen akan

merasa tidak puas terhadap produk tersebut karena konsumen Restoran Ayam Penyet RIA akan merasa puas bilaharga yang ditentukan oleh Restoran Ayam Penyet RIA lebih murah daripada harga yang mereka harapkan. Teori yang mendukung hasil penelitian yang dilakukan peneliti adalah teori yang dikemukakan oleh Ratnasari dan Aksa (2011:117) yaitu harga merupakan salah satu faktor dari kepuasan konsumen.

b. Lokasi Tidak Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin strategis lokasi yang ditentukan perusahaan tidak akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen karena lokasi Restoran Ayam Penyet RIA tidak akan menjadi kendala yang penting bagi konsumen Restoran Ayam Penyet RIA. Strategis atau tidak strategisnya lokasi Restoran Ayam Penyet RIA tidak akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

c. Produk Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin menarik produk yang ditawarkan suatu perusahaan maka konsumen akan senang/puas. Bila Restoran Ayam Penyet RIA dapat memproduksi produk yang menarik bagi konsumen maka konsumen Restoran Ayam Penyet RIA akan merasa senang/puas. Teori yang mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah teori yang dikemukakan oleh Ratnasari dan Aksa (2011:117) yaitu produk merupakan salah satu faktor dari kepuasan konsumen.

d. Promosi Tidak Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin menarik promosi yang dilakukan perusahaan tidak akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen Restoran Ayam Penyet RIA tidak dapat dinilai dari seberapa menariknya promosi yang dilakukan Restoran Ayam Penyet RIA, jadi promosi yang dilakukan Restoran Ayam Penyet RIA tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

e. Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang ditawarkan maka semakin banyak konsumen yang akan loyal. Bila Restoran Ayam Penyet RIA menentukan kualitas pelayanan yang bagus, maka tingkat kepuasan konsumen terhadap Restoran Ayam Penyet RIA akan meningkat dan sebaliknya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengetahui apakah pengaruh harga, lokasi, produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Setelah peneliti mendapatkan data dari responden dalam bentuk kuesioner, peneliti mengolah data dengan model pengukuran (*outer model*), dan uji signifikansi menggunakan program aplikasi SPSS versi 22, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji hipotesis 1 dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari hasil analisis data dengan membandingkan *p value* dengan nilai α yaitu sebesar $0,009 < 0,05$.

Hasil uji hipotesis 2 dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan nilai *p value* dengan nilai α yaitu sebesar $0,082 > 0,05$.

Hasil uji hipotesis 3 dapat disimpulkan bahwa produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan *p value* dengan nilai α yaitu sebesar $0,001 < 0,05$.

Hasil uji hipotesis 4 dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan *p value* dengan nilai α yaitu sebesar $0,389 > 0,05$.

Hasil uji hipotesis 5 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan nilai *p value* dengan nilai α yaitu sebesar $0,026 < 0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu harga, produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen,

sedangkan variabel independen lainnya yaitu lokasi dan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ehsani, Zahra dan Mohamad Hossein. 2015. *Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry. International Journal of Service Science, Management and Engineering, Vol. 1, No. 5*.
- Elza Finnora dan Ismail Razak. 2016. *Pengaruh kualitas layanan dan citraperusahaan terhadap loyalitas nasabah, Jurnal manajemen bisnis Krisnadwipayana ISSN : 2338-4794, Vol. 5. No. 2*.
- Ehsani, Zahra dan Mohamad Hossein. 2015. *Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry. International Journal of Service Science, Management and Engineering, Vol. 1, No. 5*.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, David A. 2016. Alih bahasa Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Jhon, Mullins and Orville, Walker. 2013. *Marketing Management 8th edition*.
- James F. Engel alih bahasakan Farli Liwe. 2013. *Perilaku Konsumen, The dryden Press*. Jakarta: Bina Aksara.
- Kim, Ki-Pyeong., Yoo-Oh Kim, Min-Kweon Lee, Myoung-Kil Youn. 2014. *The Effect of Co-Brand Marketing Mix Strategies On Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty for medium and small traders and manufacturers*. Jurnal EHM, Vol. 1, No. 17.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- S.P. Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Terry, George R. dalam Afifudin. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen, (Terje: G.A Ticoalu)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

