

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OCEAN GARDEN JOGLO MALANG

Muhamad Nur Ikhsan¹, Iva Nurdiana Nurfarida², Yoan Santosa Putra³,
Kowiyanto⁴

^{1,2,3,4}Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Indonesia

Email: mnurikhsan.03@gmail.com¹, ivanurdiana@unikama.ac.id²,
yoansantosa@unikama.ac.id³, kowiyanto@unikama.ac.id⁴

*Corresponding author: mnurikhsan.03@gmail.com¹

Abstrak: Riset ini bertujuan untuk mengenali pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk serta harga secara simultan kepada kepuasan pelanggan di Ocean Garden Joglo Malang. Riset ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada riset ini merupakan pelanggan yang pernah tiba di Ocean Garden Joglo Malang. Metode pengumpulan sampel yang dipakai merupakan accidental sampling sebesar 114 responden dengan dilakukannya penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang dipakai merupakan analisis linier berganda dengan memakai perlengkapan uji statistik IBM SPSS. Hasil dari riset ini membuktikan kalau kualitas pelayanan mempengaruhi positif serta penting kepada kepuasan pelanggan di Ocean Garden Joglo Malang, kualitas produk mempengaruhi positif serta tidak penting kepada kepuasan pelanggan di Ocean Garden Joglo Malang, harga mempengaruhi positif serta penting kepada kepuasan pelanggan di Ocean Garden Joglo Malang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan
Abstract: This research aims to identify the partial influence of service quality on customer satisfaction, the partial influence of product quality on customer satisfaction, the partial influence of price on customer satisfaction, and the simultaneous influence of service quality, product quality, and price on customer satisfaction at Ocean Garden Joglo Malang. This research was conducted using a quantitative approach. The population in this research were customers who had visited Ocean Garden Joglo Malang. The sample collection method used was accidental sampling of 114 respondents by distributing questionnaires. The data analysis method used was multiple linear analysis using IBM SPSS statistical test equipment. The results of this research prove that service quality has a positive and important influence on customer satisfaction at Ocean Garden Joglo Malang, product quality has a positive but not important influence on customer satisfaction at Ocean Garden Joglo Malang, and price has a positive and important influence on customer satisfaction at Ocean Garden Joglo Malang.

Keyword : Service quality, Product quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan bidang usaha terus menjadi menyebar paling utama dalam bidang usaha kuliner yang ialah kejadian yang menarik buat dicoba riset. Dalam bumi bidang usaha kuliner menuntut tiap wiraswasta buat sanggup bersaing serta bertahan melawan kompetitor. Dengan pasar yang terus menjadi energik, mewajibkan para pelakon bidang usaha buat dengan cara selalu berimprovisasi serta pembaruan buat memperoleh, menjaga serta menaikkan klien. Fridayanthi et al.(2021) melaporkan kalau dalam kemajuannya, pemakaian sebutan kuliner dipakai buat bermacam berbagai aktivitas, semacam seni kuliner ialah seni perencanaan, memasak serta penyajian santapan, umumnya dalam wujud santapan.

Banyaknya industri yang beranjak dalam aspek kuliner khususnya di Kota Malang, membuat kompetisi dampingi industri yang beranjak dibidang kuliner terus menjadi kencang. Tiap industri mau memperoleh keuntungan dan jumlah klien bertambah dan loyal pada perusahaannya. Restoran ataupun rumah makan ialah salah satu tujuan untuk semua penuhi keinginan santapan, alhasil banyak pelakon bidang usaha yang turun dalam bumi kuliner ialah restoran.

Ocean Garden Joglo Malang adalah sebuah restoran di kota Malang yang lumayan disukai sebab mempunyai perasaan rasa Indonesia dengan harga yang terjangkau. Restoran *Ocean Garden* Joglo Malang terdapat di Kota Malang persisnya di dusun Bakalankrajan kecamatan Sukun. Menu harapan restoran ini merupakan *seafood*, cocok dengan namanya *Ocean Garden* Joglo Malang. Pengurusan restoran *Ocean Garden* Joglo Malang mempunyai bermacam hambatan. Bagi manajemen restoran, pelanggan kerap kali mengeluhkan hal durasi penyajian santapan yang dirasa lumayan lama, dan kurang nya jumlah perlengkapan makan. Hal tersebut beberapa kali disampaikan oleh pelanggan melalui *google review* perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang dianggap masih kurang dengan beberapa ulasan pelanggan yang menyampaikan bahwa masih terjadi pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi dan merasa terlalu lama menunggu pesanan. Dalam hal lain, kualitas produk juga dirasa pelanggan masih tergolong standar dan penyajian yang diberikan masih dibawah ekspektasi pelanggan, juga dalam hal harga pun dianggap masih terlalu tinggi dan berada sebagai acuan utama bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik di laman *google review* di *website Ocean Garden* Joglo Malang.

Kotler serta Keller(2016) menyatakan bahwa kepuasan mencerminkan evaluasi seorang mengenai kemampuan produk yang dialami dalam kaitannya dengan impian. Bila kemampuan jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Supaya bisa bertahan di tengah maraknya kompetisi, hingga restoran pula butuh membenarkan klien merasa puas dan melindungi keberlanjutan dengan restoran.

Kebahagiaan klien ialah perihal yang wajib diprioritaskan oleh industri untuk keberlangsungan usahanya. Buat penuhi kebahagiaan klien, *Cafe* serta Restoran senantiasa mencermati faktor- faktor bauran penjualan semacam mutu produk, harga, serta mutu jasa yang di tawarkan supaya jadi lebih bermutu. Mengetahui hendak andil konsumen serta akibat kebahagiaan klien, restoran wajib berusaha mencari metode yang bisa menghasilkan kebahagiaan pelanggannya. Oleh sebab itu industri dituntut dengan cara lalu menembus buat mencermati sebagian aspek yang bisa pengaruhi kebahagiaan untuk pelanggan.

Supaya pelanggan merasa puas, industri butuh membutuhkan strategi ialah dengan membagikan kualitas pelayanan yang prima. Bagi Krisnawati(2016) kualitas pelayanan ialah kemampuan industri buat memenuhi harapan impian klien serta pula bila jasa yang diperoleh atau dirasakan telah cocok yang diharapkan, alhasil kualitas dipersepsikan bagus serta bisa melegakan klien. Kualitas pelayanan jadi bagian penting yang mempengaruhi kepada kebahagiaan pelanggannya. Dikala ini kualitas pelayanan di *Ocean Garden* Joglo Malang sedang jadi kasus dimana sedang terdapat pelanggan yang merasa kecewa sebab durasi penyajian santapan yang dirasa lumayan lama ataupun apalagi perlengkapan makan yang diadakan dirasa kurang. Perihal itu pastinya membuat klien merasa tidak puas dengan jasa yang diserahkan kala terletak di *Ocean Garden* Joglo Malang. Hasil studi terdahulu meyakinkan jika banyak aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disuatu rumah makan, semacam hasil studi Tombeng et al.(2019) yang melaporkan jika kualitas pelayanan memiliki pengaruhi positif dan berarti pada kepuasan pelanggan. Merujuk pada hasil studi Wilibrodus et al.(2023) dalam penelitiannya melaporkan jika variabel kualitas pelayanan pengaruhi positif dan tidak berarti pada kepuasan pelanggan.

Arinawati(2021) melaporkan jika kualitas produk ialah totalitas fitur dan kepribadian produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk menyejukkan kemauan yang diklaim atau sugestif. kualitas produk di *Ocean Garden* Joglo Malang sedang mempunyai sebagian kekurangan yang di informasikan oleh klien di halaman *Google reviews* kalau dirasa sedang terdapat sebagian persembahan yang sedang dingin yang dikira kalau persembahan yang dihidangkan tidak segar. Serta sebagian klien pula berpikiran kalau mutu pada sebagian produk santapan serta minuman terkategori standar. Perihal ini jadi referensi pengarang buat mempelajari lebih dalam lagi kepada mutu produk di *Ocean Garden* Joglo Malang.

Tidak hanya kualitas layanan serta produk yang dicermati. Harga pula ialah aspek berarti buat memunculkan kepuasan bagi pelanggan. Bagi Kotler(2016), harga ialah beberapa uang yang diberatkan pada sesuatu produk khusus. Perusahaan memutuskan harga dalam berbagai tata cara. Bagi Gitosudarmo(2019) harga yakni beberapa duit yang dipakai buat memperoleh bahan- bahan khusus

berbentuk benda ataupun pelayanan. Kasus mengenai harga di *Ocean Garden* Joglo Malang sendiri sedang jadi perihal penting yang jadi referensi klien buat tiba balik ataupun tidak. Dalam halaman *google reviews* ada sebagian opini dari para klien menyangka harga produk di *Ocean Garden* Joglo Malang sedang belum cocok dengan mutu produk yang dipunyai, seseorang klien melaporkan kalau dengan harga yang tercetak tidak cocok dengan perasaan rasa yang dialami oleh klien. Hasil studi Nur Aini et al.(2022) memberi tahu jika harga berpengaruh positif dan berarti pada kepuasan klien, serta hasil studi Rabiah(2020) melaporkan jika variabel harga tidak pengaruhi pada kepuasan pelanggan.

Hasil studi terdahulu meyakinkan jika banyak aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disuatu rumah makan, semacam hasil studi Tombeng et al.(2019) yang melaporkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan berarti pada kepuasan pelanggan. Merujuk pada hasil studi Wilibrodus et al.(2023) dalam penelitiannya melaporkan jika variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan tidak berarti pada kepuasan pelanggan.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepuasan Pelanggan

Kotler serta Keller(2016) berkata kepuasan pelanggan mencerminkan evaluasi seorang mengenai kemampuan produk yang dialami dalam kaitannya dengan impian. Bila kemampuan jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Bila kemampuan penuhi impian, klien puas. Bila melampaui ekspektasi, klien suka. Kepuasan pelanggan ialah penilaian totalitas klien atas pembeliannya serta pengalaman mengkonsumsi benda ataupun pelayanan(Omar et al., 2016), arti itu menarangkan kepuasan klien ditatap selaku pengaruhi hasrat serta sikap pembelian balik, yang pada gilirannya membidik pada pemasukan serta keuntungan badan di era depan. Perihal ini membuat wiraswasta bidang usaha jadi terus menjadi mempunyai kemauan buat terus menjadi mencermati kebahagiaan pada pelanggannya..

Kualitas Pelayanan

Kotler et al.,(2016), mengemukakan kualitas ialah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang terkait pada kemampuannya untuk memenuhi keinginan yang diklaim atau tersirat. Sebaliknya bagi Mutiawati et al.,(2019), melaporkan kualitas pelayanan ialah kemampuan pelayanan dengan kinerja perusahaan seperti yang dipersepsikan konsumen.

Kualitas Produk

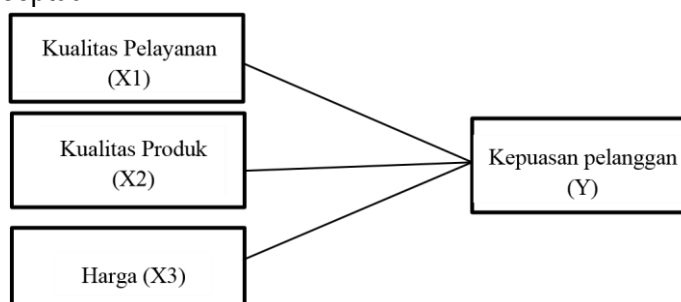
Kotler dan Keller(2016) menyatakan bahwa karakteristik suatu produk atau

jasa yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, yang mencakup semua fitur dan karakteristik yang membuat produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan.. Kebalikannya untuk Arinawati(2021) melaporkan jika kualitas produk ialah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk melegakan kemauan yang dinyatakan atau implisit. Keinginan pelanggan itu antara lain keawetan produk, keandalan produk, keringanan mengkonsumsi serta karakteristik bernilai yang lain..

Harga

Bagi Kotler(2019), harga ialah beberapa duit yang diberatkan pada sesuatu produk khusus. Pabrik memutuskan harga dalam berbagai tata cara. Sebaliknya Bagi Rusydi(2018) Harga ialah pandangan awal yang dicermati oleh pedagang dalam usahanya buat menjual produknya. Bersumber pada arti itu bisa dikenal kalau harga ialah nominal yang butuh dibayarkan memakai alat ubah yang berbentuk uang buat konsumsi suatu produk ataupun jasa.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Rumusan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan mempunyai kedudukan berarti dalam menghasilkan kebahagiaan untuk klien. Terus menjadi baik jasa yang diserahkan hingga terus menjadi bertambah pula kepuasan klien, sebaliknya bila terus menjadi kurang baik mutu jasa yang diserahkan hingga terus menjadi menyusut pula tingkatan kepuasan klien. Berasal pada studi yang dicoba oleh Tombeng et al.(2019) yang melaporkan jika variabel mutu jasa pengaruhi positif dan berarti pada kebahagiaan klien. Berpaling pada hasil studi Wilibrodus et al.(2023) dalam studi nya memberi tahu jika variabel kualitas pelayanan pengaruhi positif dan tidak berarti pada kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas Pelayanan Pengaruhi pada Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Kualitas Produk kepada Kepuasan Pelanggan

Pandangan kualitas produk jadi rujukan berarti buat sesuatu pabrik dalam mencapai kepuasan klien. Produk yang bagus dan tidak berubah- ganti nyatanya jadi Mengenai yang berarti dalam sukses atau tidaknya sesuatu kepuasan klien. Hasil Studi Alfian et al.(2022) memberi tahu jika variabel kualitas produk pengaruhi positif dan berarti pada kepuasan klien dan hasil studi Alvin et al.,(2020) dalam studi nya melaporkan jika variabel mutu produk tidak pengaruhi positif dan berarti pada kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas Produk Pengaruhi pada Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Harga kepada Kepuasan Pelanggan

Harga jadi salah satu alibi buat klien dalam membenarkan rasa puas dalam bisnis pembelian. Dorong ukur yang diserahkan klien pada sesuatu harga jadi Mengenai yang berarti diketahui buat seorang wiraswasta spesialnya dalam usaha restoran atau rumah makan. Dari hasil studi Nur Aini et al.(2022) memberi tahu jika variabel harga pengaruhi positif dan berarti pada kepuasan pelanggan, serta hasil studi Rabiah(2020) melaporkan jika variabel harga tidak pengaruhi pada kepuasan pelanggan..

H3: Harga Pengaruhi pada Kepuasan Pelanggan

METODE PENELITIAN

Dalam riset ini dipakai menggunakan pendekatan riset kuantitatif, tujuan riset ini merupakan buat menarangkan hubungan antar variabel, menguji teori dan membuat hipotesis yang mempunyai ketergantungan antar kejadian yang diawasi. Jenis data pada penelitian ini yang digunakan yaitu data primer yang didapatkan langsung dari responden. Populasi sasaran yang digunakan dalam studi ini ialah seluruh klien yang luang bertamu ke *Ocean Garden* Joglo malang. Metode sampling yang dipakai dalam riset ini merupakan *accidental sampling* yang dimana sampling dilakukan kepada siapa saja yang ditemui peneliti dan dianggap pantas untuk didapatkan infomarsi penelitian. Metode yang dipakai buat mendapatkan informasi serta data yang diperlukan dalam riset ini merupakan angket atau kuesioner. Sampel dari studi ini berjumlah 114 responden. Dalam studi ini pengamat mengenakan rasio likert untuk mengukur asumsi responden, yang dimana angka 1 memaknakan sangat tidak setuju hingga 5 yang memaknakan sangat setuju. Tata cara analisa informasi yang digunakan dalam studi ini mengenakan IBM SPSS. Terdapat pula untuk operasional variabel yang digunakan dalam studi ini ialah berlaku seperti berikut::

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016)	Kesesuaian harapan
	Minat berkunjung kembali
	Kesediaan merekomendasikan
Kualitas pelayanan (Parasuraman et.al., 2017)	Reliabilitas
	Responsivitas
	Jaminan
	Empati
	Bukti fisik
Kualitas produk (Kotler dan Keller, 2016)	Kinerja
	Ketahanan
	Karakteristik produk
	Kesesuaian dengan spesifikasi
	Estetika
	Kesan kualitas
Harga (Kotler, 2016)	Keterjangkauan harga
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	Daya saing harga
	Kesesuaian harga dengan manfaat

Sumber data diolah peneliti, 2025

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dan rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Yang dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

β = Koefisiensi regresi

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Kualitas produk

X₃ = Harga

E = standar error

HASIL PENELITIAN

Deskripsi responden

Deskripsi responden akan menggambarkan beberapa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, usia dan jenis kelamin.

Tabel 2. Deskripsi Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Pekerjaan		
Pelajar/mahasiswa	46	40,4%
Karyawan swasta	25	21,9%
PNS	18	15,8%
Lain-lain	25	21,9%
Usia		
17-25	48	42,1%
26-35	11	9,6%
>35	55	48,2%
Jenis kelamin		
Laki-laki	67	58,8%
Perempuan	47	41,2%

Sumber data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data yang terpapar diatas diketahui bahwa berdasarkan pekerjaan responden sejumlah 46 responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan presentase sebesar 40,4%, 25 responden berprofesi sebagai karyawan swasta dengan presentase sebesar 21,9%, 18 responden berprofesi sebagai PNS dengan presentase sebesar 15,8%, dan 25 responden berprofesi lain-lain dengan presentase sebesar 21,9%. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa sejumlah 48 responden berusia 17-25 tahun dengan presentase sebesar 42,1%, 11 responden berusia 26-35 dengan presentase sebesar 9,6%, 55 responden berusia >35 dengan presentase 48,2%. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa sejumlah 67 reponden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase sebesar 58,8% dan 47 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 41,2%.

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel (df = 30)	Kriteria
Kualitas Pelayanan	X1.1.1	0,628	0,361	Valid
	X1.1.2	0,381	0,361	Valid
	X1.2.1	0,470	0,361	Valid
	X1.2.2	0,477	0,361	Valid
	X1.3.1	0,591	0,361	Valid
	X1.3.2	0,598	0,361	Valid
	X1.4.1	0,738	0,361	Valid
	X1.4.2	0,570	0,361	Valid
	X1.5.1	0,683	0,361	Valid
	X1.5.2	0,463	0,361	Valid
Kualitas Produk	X2.1.1	0,732	0,361	Valid
	X2.1.2	0,436	0,361	Valid
	X2.2.1	0,685	0,361	Valid
	X2.2.2	0,578	0,361	Valid
	X2.3.1	0,629	0,361	Valid
	X2.3.2	0,587	0,361	Valid
	X2.4.1	0,827	0,361	Valid
	X2.4.2	0,844	0,361	Valid
	X2.5.1	0,827	0,361	Valid
	X2.5.2	0,844	0,361	Valid
	X2.6.1	0,399	0,361	Valid
	X2.6.2	0,685	0,361	Valid
Harga	X3.1.1	0,873	0,361	Valid
	X3.1.2	0,509	0,361	Valid
	X3.2.1	0,660	0,361	Valid
	X3.2.2	0,776	0,361	Valid
	X3.3.1	0,736	0,361	Valid
	X3.3.2	0,776	0,361	Valid
	X3.4.1	0,750	0,361	Valid
	X3.4.2	0,702	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1.1.1	0,673	0,361	Valid
	Y1.1.2	0,480	0,361	Valid
	Y1.2.1	0,690	0,361	Valid
	Y1.2.2	0,672	0,361	Valid
	Y1.3.1	0,612	0,361	Valid

	Y1.3.2	0,658	0,361	Valid
--	--------	-------	-------	-------

Sumber data diolah peneliti, 2025

Pada tabel tersebut diketahui bahwa r hitung yang diperoleh menunjukkan bahwa melebihi r tabel yang bernilai 0,361, dengan begitu seluruh item dinyatakan valid dan layak untuk dilakukan penelitian lanjutan.

Uji reliabilitas

Hasil uji reliabilitas diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

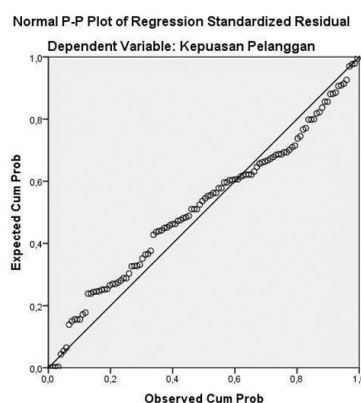
Variabel	Alpha Cronbach hitung	Angka Standar Reliabel	Kriteria
Kualitas pelayanan	0,757	0,6	Reliabel
Kualitas produk	0,890	0,6	Reliabel
Harga	0,870	0,6	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,698	0,6	Reliabel

Sumber data diolah peneliti, 2025

Pada tabel diatas diketahui bahwa r hitung yang diperoleh menunjukkan bahwa melebihi angka standar reliabel yang bernilai 0,6, dengan begitu seluruh item dinyatakan reliabel dan layak untuk dilakukan penelitian lanjutan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik Hasil Uji Normalitas

Sumber data diolah peneliti, 2025

Dari Gambar diatas dapat diketahui bahwa data yang diperoleh berada disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

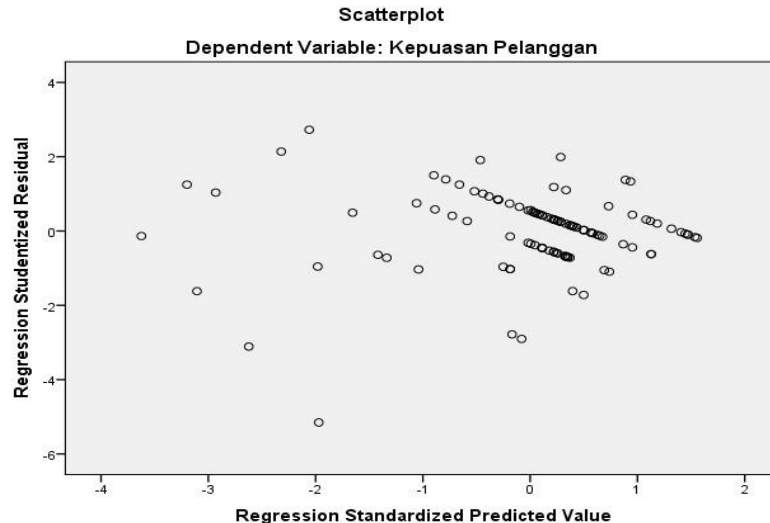
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,518	1,930	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk	0,480	2,085	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,462	2,167	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai Tolerance pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $0,559 > 0,10$, angka VIF mempunyai nilai $1, < 1,789$, nilai Tolerance variabel kualitas produk (X2) sebesar $0,516 > 0,10$, angka VIF mempunyai nilai $1,937 < 10$, nilai Tolerance variabel harga (X3) sebesar $0,480 > 0,10$, angka VIF mempunyai nilai sebesar $2,085 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa data-data penelitian dikategorikan tidak terdapat multikolinieritas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber data diolah peneliti, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas data pada grafik diatas dapat dilihat Scatterplot diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka pada sumbu Y atau dengan kata lain plot tidak membentuk suatu pola (hubungan yang acak), artinya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

model	<i>Unstandardized coefficients</i>	
	Koefisien β	Std. Error
Konstanta	7,007	1,821
Kualitas Pelayanan	0,251	0,054
Kualitas Produk	0,075	0,044
Harga	0,130	0,058

Sumber : data diolah peneliti, 2025

Bersumber pada tabel 6 didapat hasil pertemuan regresi linier berganda ialah $Y = 7,007 + 0,251X_1 + 0,075X_2 + 0,130X_3 + e$.

1. Angka Konstanta Y sebesar 7,007 yang berarti kalau tanpa akibat dari kualitas pelayanan, kualitas produk serta harga hingga kepuasan pelanggan hadapi kenaikan sebesar 70,07%.
2. Angka koefisien variabel X_1 (Kualitas pelayanan) didapat sebesar 0,251 dengan arah koefisien positif. Perihal ini berarti bahwa bila variabel X_1 bertambah sebesar 1% hingga kepuasan pelanggan hendak naik sebesar 25,1%.
3. Angka koefisien variabel X_2 (Kualitas produk) didapat sebesar 0,075 dengan arah koefisien positif. Perihal ini berarti kalau bila variabel X_2 bertambah sebesar 1% hingga kepuasan pelanggan hendak naik sebesar 7,5%.
4. Angka koefisien variabel X_3 (Harga) didapat sebesar 0,130 dengan arah koefisien positif. Perihal ini berarti kalau bila variabel X_3 bertambah sebesar 1% hingga kepuasan pelanggan hendak naik sebesar 13%.

Uji Hipotesis Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	4,622	0,000	Signifikan
Kualitas Produk	1,727	0,087	Tidak Signifikan
Harga	2,243	0,027	Signifikan

Sumber data diolah peneliti, 2025

Bersumber pada tabel 7 membuktikan hasil penujian hipotesis yang

memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan(X1) membuktikan angka t jumlah 4, 622 > 1, 659 t tabel dengan sig. 0, 000 < 0, 05 yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan kepada variabel kepuasan pelanggan(Y) dengan begitu bisa disimpulkan kalau hipotesis 1 diterima. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ranata et. al. (2023) yang memperoleh hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel kualitas produk(X2) membuktikan angka t jumlah 1, 727 > 1, 659 t bagan dengan sig. 0, 087 > 0, 05 yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas produk kepada variabel kepuasan pelanggan(Y) dengan begitu bisa disimpulkan kalau hipotesis 2 ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Wilidobrus et. al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel harga(X3) membuktikan angka t jumlah 2, 243 > 1, 659 t tabel dengan sig. 0, 027 < 0, 05 yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel harga kepada variabel kepuasan pelanggan(Y) dengan begitu bisa disimpulkan kalau hipotesis 3 diterima. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Jordi et.al. (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Signifikansi
38.968	2,69	0,000

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dari bagan 7 dikenal pada alpha sebesar 5% didapat Ftabel sebesar 2, 69 serta Fhitung sebesar 38, 968 alhasil dari kalkulasi bisa dikenal kalau Fhitung. Ftabel, dengan signifikansi 0, 000 < 0, 05 alhasil Ha diperoleh serta Ho ditolak. Maksudnya kualitas pelayanan, kualitas produk serta harga mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan.

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Variabel	R-square	Adjusted R-square
Kepuasan pelanggan	0,515	0,502

Sumber data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 8 pada hasil uji koefiensi determinasi yang dilakukan diketahui bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sebesar 0,515. Hal ini memiliki arti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sebesar 51,5%. Sedangkan sisanya, kepuasan pelanggan terpengaruh oleh variabel-variabel diluar kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sebesar 51,5%.

KESIMPULAN

Riset ini menciptakan penemuan yang menyeluruh hal akibat kualitas pelayanan, kualitas produk serta harga kepada kepuasan pelanggan di *Ocean Garden* Joglo Malang. Bersumber pada hasil percobaan analisis statistik diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk mempunyai akibat positif serta tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan. Dengan pengujian data secara keseluruhan variabel atau secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan yang nyaman, kualitas produk yang konsisten dan harga yang sesuai dengan kualitas menjadi faktor utama terhadap kepuasan pelanggan di *Ocean Garden* Joglo Malang. Dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui beberapa hal yang perlu dilakukan oleh *Ocean Garden* Joglo Malang yaitu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal pengalaman makan, supaya pengunjung dengan suka rela untuk membagikan pengalaman positif yang didapatkan kepada orang lain guna meningkatkan jumlah pelanggan yang turut serta berkunjung ke *Ocean Garden* Joglo Malang, Selalu menanggapi baik keluhan maupun masukan yang disampaikan oleh pelanggan tentunya menjadi salah satu hal yang perlu diperbaiki ataupun ditingkatkan bagi *Ocean Garden* Joglo Malang, dan menentukan harga yang sesuai dengan kualitas yang dimiliki serta menjadi pembanding yang kuat dari restoran atau rumah makan di sekitar kota malang. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan atau meneliti variabel yang lain selain variabel yang digunakan pada penelitian ini agar memperoleh hasil yang bervariasi dan lebih representatif, serta bisa menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dan lebih luas serta menggunakan metode sampling yang lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, E., Panjaitan, H. P., & Ginting, Y. M. (2023). Service Quality, Product Quality, Price, Promotion, and Location on Customer Satisfaction and Loyalty in CV. Restu. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(1), 39–54. <https://doi.org/10.35145/jabt.v4i1.118>
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Arinawati. 2021. Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran. Jakarta: Penerbit Grasindo
- Aritonang, N. E. B. (2020). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran sky tastes vegetarian cuisine*.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen: Edisi Kelima Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fridayanthi, P. D., Sukendra, I. K., Puspawati, G. A. M., & Dharmadewi, A. I. M. (2021). Pkm. Bisnis Kuliner di Era New Normal pada Kegiatan Bakti Sosial Upmi 2020. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widya Mahadi*, 1(2), 1120.
- Ghozali, imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815-824.
- Harjadi, D. (2021). Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk,

- Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Dubois, B. (2016). Marketing Management, 15e édition. New Jersey: Pearson Education
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751. 15 Samarinda. *E Journal Administrasi Bisnis*
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM : Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Mutiawati. (2019). Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Deepublish Publisher. Ningsih, S. S. N., & Machali, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Scramble Terhadap Minat Dan Hasil Belajar Matematika Di SD Negeri Nanggulan Maguwoharjo. *Jurnal Pendidikan Madrasah*, 7(2), 215-228.
- Nur Aini Ariqoh Ummah^{1*}, B. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Madani Bumdes Rambipuji. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 174–183. <https://doi.org/10.2207/jjws.91.393>
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Gender: Studi Restoran Arab. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 384–392.
- Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1991). Delivering Service Quality, New York: Free Press
- Prabanto, G., & Dwiputra, J. (2020). Kepuasan Konsumen di Coffee Shop Jakarta Pusat. *Repository STEI*, 1–21.
- Purnomo, Y. (2017). Pengaruh sikap siswa pada pelajaran matematika dan kemandirian belajar siswa terhadap prestasi belajar matematika. *JKPM (Jurnal Kajian Pendidikan Matematika)*, 2(1), 93-105.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>
- Rabiah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda.

- Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 65.
<https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3259>
- Rusydi Abubakar. 2018. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabet
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistya, & Rohwiyati. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4), 1–18.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Loyalty of Bank Customers. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *891 Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Winata, E. (2023). The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction. *International Journal of Law Policy and Governance*, 2(1), 1–2.
<https://doi.org/10.54099/ijlpg.v2i1.546>
- Zahara, M., Andreansyah, N., Wati, R., & F Sanjaya, V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kfc Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(1), 67–76.
<https://doi.org/10.24967/jmb.v7i1.1069>