

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian

##### 1. Objek Penelitian

The Westlake Resto pertama didirikan oleh pengusaha Chinese yang sudah berpengalaman pada bidang resto yaitu Bapak Sentanu Wahyudi pada 19 Desember 2012. Beliau merupakan pengusaha sukses khususnya di daerah Yogyakarta pada bidang kuliner, tidak hanya kuliner beliau juga bergerak pada bidang perhotelan yang merupakan owner dari The Westlake Resort yang merupakan *sister company* dari resto tersebut. The Westlake Resto yang bertempat di alamat Jalan Ringroad Barat, Bedog, Trihanggo, Sleman Yogyakarta ini merupakan restaurant dengan konsep dan suasana yang berbeda dengan restoran lainnya, yaitu restoran dengan suasana alam berupa danau yang asri dilengkapi dengan wisata bermain, The Westlake Resto sendiri adalah satu-satunya restoran yang berkonsep danau di Yogyakarta. Perpaduan suasana resto, danau dan wisata bermain membuat The Westlake Resto menjadi unik dan beda. Dari sisi resto, The Westlake Resto menyuguhkan makanan khas ikan dan *seafood* sebagai menu andalannya, disisi lain Westlake juga menyuguhkan makanan tradisional Yogyakarta.

The Westlake Resto yang awalnya target pasarnya adalah masyarakat umum menengah keatas, bias dilihat dari tata ruang atau harganya. The

Westlake Resto menyediakan ruangan khusus untuk para pengusaha ataupun masyarakat umum untuk melakukan *meeting* ataupun kumpul keluarga yang bersifat pribadi, cocok juga untuk mengadakan acara besar seperti ulang tahun, reuni dan untuk menikmati alam disekitar The Westlake Resto disediakan gazebo yang mengelilingi danau sambil menikmati hidangan The Westlake Resto.

## 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan pelanggan The Westlake Resto di Yogyakarta. Jumlah responden yang dipilih oleh peneliti sebanyak 100 responden dengan cara mendatangi responden langsung ke lokasi The Westlake Resto.

Sebelum melihat hasil penelitian disini peneliti akan menjelaskan karakter responden. Berikut ini merupakan tabel profil responden yang didapatkan oleh peneliti.

### a. Profil responden

Peneliti menyebar 100 kuesioner kepada responden dan semua kuesioner dapat dipakai. Berdasarkan penelitian, deskripsi responden penelitian terdapat pada tabel 4.1:

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden**

| No | Karakteristik       | Jumlah                     | Persentase |     |
|----|---------------------|----------------------------|------------|-----|
| 1  | Umur                | a. < 15 Tahun              | 3          | 3%  |
|    |                     | b. 16 - 20 Tahun           | 12         | 12% |
|    |                     | c. 21 – 25 Tahun           | 31         | 31% |
|    |                     | d. > 26 Tahun              | 54         | 54% |
|    | TOTAL               | 100                        | 100%       |     |
| 2  | Jenis Kelamin       | a. Laki – laki             | 43         | 43% |
|    |                     | b. Perempuan               | 57         | 57% |
|    | TOTAL               | 100                        | 100%       |     |
| 3  | Pendidikan Terakhir | a. SMP – SMA               | 41         | 41% |
|    |                     | b. S1                      | 54         | 54% |
|    |                     | c. S2                      | 5          | 5%  |
|    | TOTAL               | 100                        | 100%       |     |
|    | Tingkat Pendapatan  | a. < 1.000.000             | 16         | 16% |
|    |                     | b. 1.000.000 - < 2.000.000 | 28         | 28% |
|    |                     | c. 2.000.000 - < 3.000.000 | 41         | 41% |
|    |                     | d. $\geq$ 3.000.000        | 15         | 15% |
|    | TOTAL               | 100                        | 100%       |     |

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan karakteristik demografi responden. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perempuan sebanyak 57% dan laki-laki 43%. Dari usia responden didominasi oleh umur > 26 yaitu responden usia responden > 26 Tahun sebanyak 54 responden dengan presentase 54%. Pendidikan terakhir didominasi oleh S1 sebanyak 54

responden dan diikuti oleh SMP – SMA 41 responden dan S2 sebanyak 5 responden.

Dari tingkat pendapatan didominasi yang memiliki pendapatan antara 2.000.000 - < 3.000.000 yaitu pendapatan 2.000.000 – 3.000.000 sebanyak 41%.

## **B. Uji Kualitas Instrumen Data**

Kualitas instrument dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid dan reliabel. Berikut ini penjelasan tentang validitas dan reliabilitas antara lain sebagai berikut :

### **1. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan sebagai mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu mengukur apa yang kita ukur. Penelitian ini menggunakan *Pearson Corelation* dibantu dengan menggunakan alat IBM SPSS 21. Apabila didapat nilai *Pearson Corelation* yang positif atau Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan valid. Signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid (Sekaran, 2006).

#### **a. Uji Validitas Kualitas Makanan (X1)**

Hasil uji validitas kualitas makanan dijelaskan dalam tabel 4.2 sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Kualitas Makanan**

| Indikator           | $r_{xy}$ | P     | Status |
|---------------------|----------|-------|--------|
| Makanan yang sesuai | 0,774    | 0,000 | Valid  |
| Higienis            | 0,627    | 0,000 | Valid  |
| Makanan yang segar  | 0,767    | 0,000 | Valid  |
| Makanan yang sesuai | 0,698    | 0,000 | Valid  |

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat IBM SPSS 21 pada tabel 4.2 diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kualitas makanan mempunyai nilai yang signifikan yaitu Sig (2-tailed) < 0,05 menunjukkan semua butir pertanyaan kualitas makanan valid.

b. Uji Validitas Ketanggapan (X2)

Hasil uji validitas ketanggapan dijelaskan dalam tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Ketanggapan**

| Indikator      | $r_{xy}$ | P     | Status |
|----------------|----------|-------|--------|
| Ramah          | 0,635    | 0,000 | Valid  |
| Sigap          | 0,682    | 0,000 | Valid  |
| Responsif      | 0,568    | 0,001 | Valid  |
| Rapi           | 0,533    | 0,002 | Valid  |
| Sesuai harapan | 0,632    | 0,000 | Valid  |
| Sopan          | 0,738    | 0,000 | Valid  |
| Memahami menu  | 0,571    | 0,001 | Valid  |

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat IBM SPSS 21 pada tabel 4.3 diketahui bahwa semua butir pertanyaan

variabel ketanggapan mempunyai nilai yang signifikan yaitu Sig (2-tailed) < 0,05 menunjukkan semua butir pertanyaan ketanggapan valid.

c. Uji Validitas Desain Fisik

Hasil validitas desain fisik dijelaskan dalam tabel 4.4 sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Desain Fisik**

| Indikator                | $r_{xy}$ | P     | Status |
|--------------------------|----------|-------|--------|
| Pencahayaan ruangan baik | 0,754    | 0,000 | Valid  |
| Parkir yang luas         | 0,660    | 0,000 | Valid  |
| Tempat yang bersih       | 0,673    | 0,000 | Valid  |
| Penampilan menarik       | 0,630    | 0,000 | Valid  |

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat IBM SPSS 21 pada tabel 4.4 diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel desain fisik mempunyai nilai yang signifikan yaitu Sig (2-tailed) < 0,05 menunjukkan semua butir pertanyaan desain fisik valid.

d. Uji Validitas Harga

Hasil uji validitas harga dijelaskan dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Harga**

| Indikator                  | $r_{xy}$ | P     | Status |
|----------------------------|----------|-------|--------|
| Harga mahal                | 0,846    | 0,000 | Valid  |
| Harga tidak sesuai harapan | 0,902    | 0,000 | Valid  |

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat IBM SPSS 21 pada tabel 4.5 diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel harga mempunyai nilai yang signifikan yaitu Sig (2-tailed) < 0,05 menunjukkan semua butir pertanyaan harga valid.

e. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas kepuasan pelanggan dijelaskan dalam tabel 4.6 sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

| Indikator                          | $r_{xy}$ | P     | Status |
|------------------------------------|----------|-------|--------|
| Keseluruhan merasa puas            | 0,792    | 0,000 | Valid  |
| Pembelian ulang pada Westlake      | 0,849    | 0,000 | Valid  |
| Merekomendasikan kepada orang lain | 0,863    | 0,000 | Valid  |

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat IBM SPSS 21 pada tabel 4.6 diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai yang signifikan yaitu Sig (2-tailed) < 0,05 menunjukkan semua butir pertanyaan kepuasan pelanggan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabel digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang dipakai dapat diandalkan (reliabel). Untuk mengetahui reliabel peneliti menggunakan *Cronbach Alpha*. Peneliti hanya menggunakan data yang valid dalam pengujian reliabel ini. Akan menghasilkan nilai yang reliabel apabila hasilnya

menunjukkan lebih besar dari 0,60. Apabila nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel  $< 0,60$  maka reliabilitasnya kurang memadai (Sekaran, 2006).

Berikut ini merupakan hasil dari pengujian reliabel kualitas makanan, ketanggapan, desain fisik, harga dan kepuasan pelanggan menggunakan 100 responden sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel           | <i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|--------------------|-----------------------|------------|
| Kualitas Makanan   | 0,683                 | Reliabel   |
| Ketanggapan        | 0,735                 | Reliabel   |
| Desain Fisik       | 0,632                 | Reliabel   |
| Harga              | 0,685                 | Reliabel   |
| Kepuasan Pelanggan | 0,780                 | Reliabel   |

Sumber : Lampiran 3

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel atau memiliki nilai lebih dari 0,60. Variabel kualitas makanan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,683, variabel ketanggapan memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,735, variabel desain fisik memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,632, variabel harga memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,685 dan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,780. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  dan dapat diandalkan atau reliabel.

### C. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan koefisien determinan ( $R^2$ ). Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat



dijelaskan oleh variabel independen. Berikut ini adalah uji hipotesis yang telah dilakukan dan dengan bantuan program IBM SPSS 21.

#### 1. Analisis Regresi Linear Berganda.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel kualitas makanan, ketanggapan, desain fisik dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Data yang telah diuji validitas dan reliabelnya kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS 21. Adapun hasil perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Regresi Variabel Kualitas Makanan, Ketanggapan, Desain Fisik dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

| Variabel Bebas                         | <i>Standardized Coefficients</i> | Sig   | Keterangan |
|--|----------------------------------|-------|------------|
| <i>(Constant)</i>                      |                                  |       |            |
| Kualitas Makanan                       | 0,211                            | 0,028 | Signifikan |
| Ketanggapan                            | 0,212                            | 0,029 | Signifikan |
| Desain Fisik                           | 0,175                            | 0,042 | Signifikan |
| Harga                                  | -0,499                           | 0,000 | Signifikan |
| Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan |                                  |       |            |

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan perhitungan tabel 4.8 menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,211 X_1 + 0,212 X_2 + 0,175 X_3 - 0,499 X_4$$

$$Y = \text{Kepuasan Pelanggan}$$

X1 = Kualitas Makanan

X2 = Ketanggapan

X3 = Desain Fisik

X4 = Harga

## 2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model menggunakan pengujian Uji F. Uji F disini merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Apabila nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dikatakan model layak untuk digunakan.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji F**

| F      | Sig.  |
|--------|-------|
| 13,732 | 0,000 |

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa pengujian kelayakan model memiliki nilai sig. 0,000 ini berarti signifikan karena  $0,000 < 0,05$ , maka model layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

## 3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil dari uji t dapat ditunjukkan pada tabel 4.8, nilai signifikansi atau Sig apabila  $\alpha < 0,05$ . Uji hipotesis ini berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas makanan, ketanggapan, desain fisik dan harga secara parsial berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan pada The Westlake Resto. Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.8 dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengujian hipotesis Variabel Kualitas Makanan (X1)

Pengujian hipotesis menggunakan indikator makanan yang sesuai, higienis, makanan yang segar dan makanan yang sesuai pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel kualitas makanan sebesar 0,262 dan memiliki nilai signifikan 0,028. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan variabel kualitas makanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai  $0,028 < 0,05$ . Maka variabel kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hipotesis pertama (H1) menduga bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengujian hipotesis Variabel Ketanggapan (X2)

Pengujian hipotesis menggunakan indikator karyawan ramah, karyawan yang sigap, responsif, karyawan yang rapi, sesuai harapan, karyawan yang sopan dan karyawan yang memahami menu pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel ketanggapan sebesar 0,135 dan memiliki nilai signifikan 0,029. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan variabel ketanggapan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai  $0,029 < 0,05$ . Maka variabel ketanggapan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hipotesis kedua (H2) menduga bahwa

ketanggapan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengujian hipotesis Variabel Desain Fisik

Pengujian hipotesis menggunakan indikator pencahayaan yang baik, parker yang luas, tempat yang bersih dan penampilan menarik pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel desain fisik sebesar 0,246 dan memiliki nilai signifikan 0,042. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan variabel desain fisik (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai  $0,042 < 0,05$ . Maka variabel desain fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hipotesis ketiga (H3) menduga bahwa desain fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Pengujian hipotesis Variabel Harga

Pengujian hipotesis menggunakan indikator harga mahal dan harga yang tidak sesuai pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar -0,677 dan memiliki nilai signifikan 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan variabel harga (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai  $0,000 < 0,05$ . Maka variabel harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hipotesis keempat (H4) menduga bahwa harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Disini variabel harga memiliki nilai *Standardized Coefficients* paling tinggi yaitu sebesar -0,499. Ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

### 3. Koefisien Determinan ( Adjusted $R^2$ )

Koefisien determinan digunakan untuk menjelaskan seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Dapat dilihat seberapa besar koefisien determinannya (Adjusted  $R^2$ ). Sebagaimana yang dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Uji Koefisien Determinan**

| Model | R     | R. Square | Adjusted R Square |
|-------|-------|-----------|-------------------|
| 1     | 0,605 | 0,366     | 0,340             |

Sumber : Lampiran 4

Dalam tabel 4.10 menunjukkan nilai 0,340 ini berarti sebesar 34% variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Variabel kualitas makanan, ketanggapan, desain fisik dan harga mampu menjelaskan variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 66% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **D. Pembahasan**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, ketanggapan, desain fisik dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada The Westlake Resto di Yogyakarta.

### 1. Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada The

Westlake Resto di Yogyakarta. Semakin tinggi kualitas makanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas makanan yang tinggi yaitu makanan yang sesuai dengan harapan atau keinginan konsumennya seperti makanan yang sesuai dengan apa yang pelanggan pesan, higienis, makanan yang segar dan suhu makanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, jadi apabila kualitas makanan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen merasa puas.

Kualitas makanan juga dapat digunakan ukuran oleh konsumen untuk menikmati makanan dalam jangka yang lama. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Sugianto dkk (2013) kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada The Westlake Resto di Yogyakarta. Semakin tinggi layanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan bisa menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan apabila pelayan tanggap apa yang diharapkan konsumen maka konsumenpun akan puas. Ketanggapan yang baik meliputi keramahan karyawan, kesigapan karyawan, pelayanan yang cepat, kerapihan karyawan, mengetahui apa yang konsumen inginkan dan memahami menu makanan dengan baik.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan adalah kualitas layanan, menurut John Sviokla dalam Lupiyoadi (2006). Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Widjoyo dkk (2013) ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh desain fisik terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada The Westlake Resto di Yogyakarta. Semakin baik desain fisik dan semakin menariknya penampilan suatu restoran maka akan menambah tingkat kepuasan pelanggan. Pada The Westlake Resto sendiri desain fisik dan penampilannya cukup baik dengan didukung pencahayaan ruangan yang baik, tempat parkir yang luas, tempat yang bersih dan penampilan yang menarik. Lingkungan fisik merupakan suatu lingkungan di mana jasa dan layanan diberikan dan suatu lingkungan di mana perusahaan dan konsumen berinteraksi, menurut Keillor *et al.*, (2004). Penelitian ini didukung oleh penelitian Manoppo (2013) desain fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 4. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada The Westlake Resto di Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang mahal atau tidak sesuai maka akan menurunkan kepuasan konsumen. The Westlake Resto

memiliki harga yang cukup mahal disbanding pada resto-resto sejenisnya. Semakin tinggi harga dari suatu produk atau jasa yang tidak diimbangi dengan kualitas produk itu sendiri maka akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa atau sejumlah nilai yang konsumen tukan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga yang dirasakan semakin tinggi, maka akan mempengaruhi lebih besar dalam kepuasan pelanggan.

Harga merupakan variabel yang penting untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Uang yang dikeluarkan harus sama atau lebih banyak dari manfaat yang didapatkan maka akan menjadikan peelanggan menjadi puas dan sesuai dengan harapannya. Penelitian ini didukung oleh penelitian Nurlisa dan Sofiyah (2013) harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan



