

DAMPAK *SERVICE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI PADA RESTORAN KEDAI BUNDA CIPANAS)

Nanan Marlina¹

Universitas Putra Indonesia
Nananmarlina1@gmail.com

Shierly Hambari

Universitas Putra Indonesia
ShierlyHambari@gmail.com

Abstrak - Penulis melakukan penelitian ini agar dampak *service quality* dan harga terhadap *customer satisfaction* restoran kedai bunda cipanas dapat diketahui. Dengan jumlah pelanggan yang semakin menurun peneliti tertarik untuk meneliti. Teori yang digunakan dari masing-masing variable ialah menurut Sunyoto (2015: 288), Kotler dan Armstrong dalam jurnal Riyono & Gigih (2016 : 101), dan Kotller (2011:5). Metode survei adalah metode yang digunakan. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Kedai Bunda Cipanas dengan fokus penelitian pada Pelanggan Makan Kedai Bunda Cipanas dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden. dengan analisis uji regresi berganda serta memenuhi kriteria uji persyaratan analisis dan uji asumsi klasik dengan menggunakan aplikasi program SPSS 20. Oleh karenanya, besaran F hitung (42,559) > dari F tabel (3,19) dengan signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *Service quality* dan Harga secara bersama-sama memengaruhi *Customer satisfaction* secara positif dan signifikan. Maka dari itu, H4 ditolak dan H5 diterima pada penelitian ini. Selain itu, model regresi linear yang diestimasi patut digunakan untuk memberikan gambaran terkait dampak peubah x (Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap peubah y (*Customer satisfaction*). Oleh karenanya, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa antara peubah *Service quality* dan Harga secara bersamaan memiliki keterkaitan dengan peubah *Customer satisfaction*. Adapun untuk mengetahui derajat keeratan keterkaitan tersebut adalah dengan melihat nilai *Pearson Correlation (R)* yakni sebesar 0,766. Merujuk pada pedoman derajat keterkaitan, nilai 0,766 teletak pada rentang nilai *Pearson Correlation* 0,61 sd 0,80, yang mengindikasikan bahwa antara peubah *Service quality* dan Harga dikatakan memiliki keterkaitan yang substansial.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Restoran, menurun dan *Customer satisfaction*

Abstract - This study was undertaken to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at the Warung Ibu Cipanas restaurant. With the decreasing number of customers, researchers are interested in researching. The theory used for each variable is according to Sunyoto (2015: 288), Kotler and Armstrong in the journal Riyono & Gigih (2016: 101), and Kotller (2011:5). This study used the survey technique as its methodology. This study was carried out at the Kedai Bunda Cipanas Restaurant with a research focus on the Customers of the Kedai

Bunda Cipanas Restaurant with sample size of 65 respondents. with multiple regression analysis and meet the criteria for the analysis requirements test and the classical assumption test using the SPSS 20 program application. Thus the calculated F value is (42.559) > from F table (3.19) with a significance of 0.000 (<0.05). Therefore, it can be inferred that both service quality and pricing have a positive and statistically significant impact on customer satisfaction. Thus in this study H4 was rejected and H5 was accepted. In addition, is plausible to use the calculated linear regression model to understand the impact of the independent variables of Service Quality and Price on the dependent variable of Consumer Satisfaction. So the researcher can conclude that the variables of Service Quality and Price are concurrently related to the variable of Consumer Satisfaction. As for knowing the relationship degree criterion is to look at the value of Pearson Correlation (R) which is equal to 0.766. Referring to the relationship degree guideline, the value of 0.766 lies in the range of the Pearson Correlation value of 0.61 to 0.80 which indicates that the service quality and price variables are said to have a strong correlation.

Keywords: *Quality of Service, Price, Restaurant, declining and Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dampak pertumbuhan ekonomi dan masyarakat pada berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memuaskan keinginan mereka semakin meningkat. Sebagai penyedia produk dan layanan, perusahaan memainkan peran penting dalam memenuhi harapan pelanggan melalui kemajuan teknologi. Globalisasi telah mendorong dunia usaha menjadi dunia yang penuh dengan persaingan, sehingga hanya mereka yang kuat yang mampu bertahan.

Di kota Cianjur, kafe dan tempat makan menjamur dengan pesat. Setiap individu memiliki metode unik untuk menikmati makanan atau hidangan lainnya. Beberapa orang mungkin memilih kafe dengan layanan mewah, dengan keyakinan bahwa dia akan merasa dihargai atas pengorbanan dananya. Selain itu, ada juga yang menjadikan kafe biasa yang memberikan pengalaman rasa yang memuaskan sebagai preferensi utama.

Satu dari sekian usaha kuliner yang saat ini sedang bertumbuh ialah restoran kedai bunda Cipanas, yang sudah berdiri sejak 15 Desember 2002 yang berlokasi di Jl. Raya Cimacan No 68 (depan DSE FO Cimacan) Kec. Cipanas Kab Cianjur, Jawa Barat. Restoran kedai bunda berjalan secara operasional dengan dibantu oleh 5 orang karyawan. Kedai bunda menyediakan berbagai menu masakan khas sunda seperti nasi bakar sekampoeng, nasi timbel sekampoeng, nasi liwet sekampoeng, nasi kuning heboh lengkap. Selain itu kedai bunda juga menerima katering dan prasmanan. Katering berupa nasi box dan snack box, dengan berbagai berbagai pilihan menu pilihan yang ekonomis.

Untuk tingkat penjualan dan pendapatan restoran kedai bunda dalam periode 2 tahun ini sangat stabil. Akan tetapi pada tahun ke-3 mengalami penurunan drastis karena adanya bencana pandemi Covid -19 ini. Tidak hanya restoran kedai bunda saja, tetapi restoran lainnya, tempat hiburan, hotel semua mengalami dampaknya.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Restoran Kedai Bunda Tahun 2018-2020

NO	BULAN	2018	2019	2020
1	Januari	1800	840 orang	650 orang
2	Febuari	1700 orang	1300 orang	400 orang
3	Maret	1800	1500	500 orang
4	April	1000 orang	575 orang	100 orang
5	Mei	1100	1000	250 orang
6	Juni	2000 orang	1400 orang	350 orang
7	July	1600	1300	1000
8	Agustus	1500 orang	850 orang	750 orang
9	September	1400	1150	500 orang
10	Oktober	1000 orang	650 orang	250 orang
11	November	1800	765 orang	400 orang
12	Desember	2500 orang	1200 orang	900 orang
JUMLAH		20.000	12.530	6.050

Sumber: Kedai Bunda

Berdasarkan tabel data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung restoran kedai bunda Cipanas mengalami penurunan jumlah pengunjung, penurunan tertinggi terjadi pada periode bulan Januari-Desember 2020. Penurunan statistik pengunjung ini adalah dampak dari penurunan *customer satisfaction*. Jika pelanggan merasakan pelayanan memuaskan, mereka akan merasakan kesenangan dan hal sebaliknya juga berlaku. keluhan konsumen, seperti keramahan pelayanan atau kebersihan restoran, tempat parkir yang kurang memadai, ruangan yang terlalu hangat karena tidak adanya *Air Conditioner*, toilet yang kurang memadai dan kuantitas yang kurang, dan fasilitas yang kurang menarik.

Dari uraian tersebut, penulis termotivasi untuk menuliskan penelitian yang berjudul: "Dampak *Service quality* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen" (Studi Kasus Padan Restoran Kedai Bunda Cipanas).

Maksud dan Tujuan

Maksud Penelitian

Maksud dari Penelitian ini untuk memperoleh Data, Informasi dan gambaran terkait Dampak *Service quality* dan Harga terhadap *Customer satisfaction* Pada Restoran Kedai Bunda Cipanas di kalangan Masyarakat Cianjur.

Tujuan Penelitian

1. Memahami gambaran antara *service quality* terhadap *customer satisfaction* di Restoran Kedai Bundai Cipanas.
2. Memahami gambaran harga restoran hidangan yang ada di Kedai Bundai Cipanas pada *customer satisfaction*.
3. Memahami gambaran *service quality* dan harga terhadap *customer satisfaction* di Restoran Kedai Bundai Cipanas.
4. Memahami keterkaitan antara *service quality* dengan kebahagiaan pelanggan di Restoran Kedai Bundai Cipanas.
5. Memahami sejauh mana harga memengaruhi *customer satisfaction* di Restoran Kedai Bundai Cipanas.
6. Memahami sejauh mana dampak *Service quality* dan Harga Secara Bersamaan Terhadap *Customer satisfaction* pada Restoran Kedai Bunda Cipanas.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan *Service quality* dan Harga

terhadap *Customer satisfaction* di Restoran Kedai Bunda Cipanas
Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini bermanfaat dalam memperluas pengetahuan dan pemahaman peneliti tentang dampak Kualitas Layanan dan Harga pada *Customer satisfaction*. Sebagai sarana untuk menerapkan ide-ide yang dipelajari di kelas dan mendapatkan pengetahuan tentang dunia usaha.
2. Bagi Perusahaan
Temuan penelitian ini dapat memberikan penjelasan dan perkiraan tentang seberapa besar dampak kualitas layanan dan harga pada kepuasan layanan di Restoran Kedai Bunda Cipanas, yang dapat digunakan sebagai referensi untuk bisnis kuliner di Indonesia dan agar dapat diketahui unsur-unsur yang memengaruhi *customer satisfaction* di Restoran Kedai Bunda Cipanas.
3. Bagi Universitas
Menyediakan lebih banyak referensi, terutama yang berkaitan dengan *Service quality*, Harga dan *Customer satisfaction*.

KAJIAN LITERATUR

Menurut Sumarni dalam Sunyoto (2014:221), manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dimaksudkan untuk menghasilkan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli yang ditargetkan oleh bisnis.

Menurut Goetsch & Davis dalam Tjiptono & Chandra (2016:115), kualitas adalah situasi yang dinamis pada produk dan jasa. Lingkungan,

prosedur, dan sumber daya manusia yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Tjiptono (2016: 59), *service quality* adalah derajat keunggulan yang diperlukan dan pengelolaan tingkat keunggulan tersebut untuk memuaskan keinginan pelanggan.

Menurut Basu Swastha (2014: 147), harga adalah mekanisme bagi penjual untuk membedakan penawarannya dari penawaran pesaing, sehingga penetapan harga dapat dilihat sebagai bagian dari fungsi pemasaran diferensiasi produk.

Harga merupakan satu-satunya bagian dari bauran pemasaran yang menurut Tjiptono (2014:178) memberikan opini bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), harga yang dibayarkan untuk item layanan atau jumlah uang yang ditukarkan pelanggan sebagai konsekuensi dari memanfaatkan, memiliki atau menggunakan produk layanan. Menurut Umar (2015:65), *customer satisfaction* adalah besarnya sentimen konsumen setelah membandingkan apa yang diperoleh dengan harapan konsumen. Jika seorang konsumen puas dengan nilai yang ditawarkan oleh suatu produk atau layanan, dia kemungkinan besar akan tetap menjadi klien yang setia.

Customer satisfaction menurut Kotler (2012: 46), adalah derajat perasaan pembeli setelah membandingkan apa yang dirasakannya dengan harapan sebelumnya. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa senang, dan jika kinerja di bawah harapan, mereka akan merasa tidak puas.

Menurut Kotler (2015: 180), tingkat kepuasan seseorang ditentukan dengan membandingkan kinerja aktual atau hasil yang dirasakan dengan harapan mereka.

Hipotesis penelitian

Hipotesis menjelaskan atas asumsi yang melandasi penelitian. Hipotesis di jabarkan dalam symbol H0 dan H1 atau H0 dan Ha

H0 : Mengklaim tidak ada dampak antara peubah

H1 : atau Ha mengklaim ada dampak antara peubah yang di uji

H0 : *Service quality* tidak memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

H1 : *Service quality* memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

H2 : Harga tidak memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

H3 : Harga memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

H4 : *Service quality* dan Harga tidak memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

H5 : *Service quality* dan Harga memengaruhi *Customer satisfaction* secara signifikan

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metodologi kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah strategi penelitian yang didasarkan pada positivisme dan digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel yang telah ditentukan, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Menurut Sugiyono (2018:15), penelitian survei merupakan salah satu pendekatan penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian survei adalah untuk menjelaskan keterkaitan sebab akibat dan menguji hipotesis. Sugiyono (2018:35) menegaskan, pengertian penelitian survei adalah sebagai berikut: penelitian dengan menggunakan

kuesioner sebagai alat penelitian pada populasi besar dan kecil. Bagaimanapun, data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi, sehingga ditemui insiden relatif, penyebaran, dan keterkaitan antara unsur-unsur sosial dan psikologis.

Data Primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, tanpa menggunakan perantara. Informasi ini dikumpulkan dari pengunjung Kedai Bunda seketerkaitan dengan kualitas layanan, harga, dan karakteristik *customer satisfaction*.

Untuk mengetahui apakah *service quality* dan harga berdampak pada *customer satisfaction* (Studi di restoran Kedai Bunda Cipanas), data-data yang ada akan diolah dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif yang divalidasi dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji determinasi, uji t, dan uji f dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Auto-Korelasi Peubah *Service quality* dan Peubah Harga terhadap Peubah *Customer satisfaction*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 ^a	.586	.573	2.46291	2.334

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data Primer SPSS 20 yang diolah

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa besaran Durbin- Watson (DW) adalah 2.334. Angka ini berada antara -1

dan 1, atau $-1 < 2.334 < 1$. Oleh karenanya, penulis menarik kesimpulan bahwa ditemukan masalah atau auto-korelasi dan analisis penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Regresi Berganda Peubah *Service quality* dan Peubah Harga terhadap Peubah *Customer satisfaction*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7,918	2,820		2,808	,007
Kualitas Pelayanan	,368	,091	,452	4,061	,000
Harga	,304	,088	,383	3,448	,001

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Dari analisis yang ditampilkan pada tabel di atas, penulis mendapatkan formula berikut: $Y = 7,918 + 0,368X_1 + 0,304X_2 + e$

Hasil Uji Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.766 ^a	.586	.573	2,46291	.586	43,928	2	62	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, *Service quality*

Sumber: Data primer SPSS 20 yang diolah

Tabel di atas menunjukkan nilai sig. F change sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karenanya, penulis dapat menyimpulkan bahwa antara peubah *Service quality* dan Harga secara bersamaan memiliki keterkaitan dengan peubah *Customer satisfaction*.

Adapun untuk mengetahui derajat keeratan keterkaitan tersebut adalah dengan melihat nilai Perarson Correlation (R) yakni sebesar 0,766. Merujuk pada pedoman derajat keterkaitan, nilai 0,766 teretak pada rentang nilai Pearson Correlation 0,61 sd 0,80 yang mengindikasikan, antara peubah *Service quality* dan Harga dikatakan memiliki korelasi kuat.

Uji Determinasi/Kontribusi Peubah *Service quality* dan Peubah Harga terhadap Peubah *Customer satisfaction*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.586	.573	2,46291

a. Predictors: (Constant), harga, kualitaspelayanan

b. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Tabel di atas menunjukkan *R Square* koefisien determinasi. Nilai dampak *Service quality* dan Harga terhadap *Customer satisfaction* sebesar 0,586. Nilai ini menunjukkan *Service quality* dan Harga memberikan kontribusi atau dampak 58,6% terhadap *Customer satisfaction* pada Restoran Kedai Bunda. Sebanyak

41,4% faktor lain yang tidak menjadi fokus penelitian ini memengaruhinya.

Uji t Peubah *Service quality* dan Peubah Harga terhadap Peubah *Customer satisfaction*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7,918	2,820		2,808	,007
Kualitas Pelayanan	,368	,091	,452	4,061	,000
Harga	,304	,088	,383	3,448	,001

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Tabel tersebut menunjukkan bahwa t hitung peubah *Service quality* sebesar 4,061 dengan nilai signifikansi adalah 0,000. Adapun nilai t hitung peubah Harga sebesar 3,448 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai t tabel yang diperoleh untuk tingkat kesalahan 5% adalah 0,007.

Maka diketahui bahwa t hitung peubah *Service quality* (4,061) > t tabel (0,000) dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga memungkinkan untuk diambil kesimpulan bahwa *Service quality* memengaruhi peubah *Customer satisfaction* (parsial) dengan positif dan substansial. Maka dari itu dalam penelitian ini H₀ tidak diterima dan H₁ sebaliknya.

Adapun nilai t hitung peubah Harga (3,448) > t tabel (0,001) dengan nilai signifikansi 0,007 (< 0,05), sehingga memungkinkan untuk diambil kesimpulan bahwa peubah Harga secara parsial memengaruhi peubah *Customer satisfaction* secara positif dan substansial. Maka dari itu dalam penelitian ini H₂ ditolak dan H₃ diterima.

Uji F Peubah *Service quality* dan Peubah Harga terhadap Peubah *Customer satisfaction*

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	524,629	2	262,315	42,559	,000 ^b
Residual	375,980	61	6,164		
Total	900,609	63			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasPelayanan

Tabel tersebut mengindikasikan bahwa nilai F hitung adalah 42,559 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. F hitung ini berfungsi untuk mengetahui linear atau tidaknya persamaan garis regresinya, maka F hitung harus dibandingkan dengan F tabel. Nilai F tabel untuk tingkat toleransi 5% uji dua pihak df = 65-2-1 = 62, oleh karenanya didapatkan F tabel sebesar 3,19.

Maka dari itu, nilai F hitung (42,559) > dari F tabel (3,19) dengan signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga penulis mampu menarik kesimpulan bahwa *Service quality* dan Harga secara bersama memengaruhi *Customer satisfaction* (parsial) secara positif dan signifikan. Oleh karenanya, penelitian ini menyimpulkan bahwa H₄ tidak diterima, adapun H₅ sebaliknya. Selain itu, model regresi linear yang diestimasi memenuhi kriteria minimal untuk memberikan penjelasan akan dampak peubah bebas *Service quality* dan Harga terhadap peubah terikat Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Dari penyebaran kuisioner dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk menyimpulkan temuan penelitian yang cukup kuat tentang “Dampak *Service quality* dan Harga terhadap *Customer satisfaction*”.

1. t hitung peubah *Service quality* sebesar 4,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka diketahui bahwa t hitung peubah *Service quality* (4,061) > t tabel (0,000) dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga penulis menyimpulkan bahwa peubah *Service quality* secara parsial memengaruhi peubah *Customer satisfaction* dengan dampak positif dan signifikan. Maka dari itu H0 tidak diterima dan H1 diterima pada penelitian ini.
2. t hitung peubah Harga sebesar 3,448 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai t tabel yang diperoleh untuk tingkat kesalahan 5% adalah 0,007. Maka nilai t hitung peubah Harga (3,448) > t tabel (0,001) besaran signifikansi 0,007 (< 0,05), sehingga memungkinkan untuk diambil kesimpulan bahwa peubah Harga secara parsial memengaruhi peubah *Customer satisfaction* dengan dampak yang positif dan signifikan. Maka dari itu dalam penelitian ini H2 ditolak dan H3 diterima.
3. *Customer satisfaction* terlihat pada harga yang hanya itu-itu saja, tidak ada tempat lesehan, dan tidak ada tempat parkir sehingga *customer satisfaction* di restoran kedai bunda belum terpenuhi.
4. Berdasarkan tabel uji linearitas di atas, nilai sig.deviation from linearity adalah sebesar 0,894

(>0,05). Oleh karenanya, penulis menarik kesimpulan bahwa ditemukan keterkaitan yang linear signifikan antara peubah Kualitas pelayanan dan peubah *Customer satisfaction*, sehingga syarat untuk melakukan analisis regresi terpenuhi.

5. Berdasarkan tabel uji linearitas tersebut, terlihat bahwa nilai sig.deviation from linearity adalah 0,521 (>0,05) sehingga penulis menyimpulkan bahwa ditemukan koneksi yang linear signifikan antara peubah Harga dan peubah *Customer satisfaction*, sehingga syarat untuk melakukan analisis regresi terpenuhi.
6. Berdasarkan tabel uji korelasi di atas, terlihat nilai sig. F change adalah 0,000 < 0,05. Maka memungkinkan untuk diambil kesimpulan bahwa antara peubah *Service quality* dan Harga secara bersama-sama berhubungan dengan peubah *Customer satisfaction*.

Saran

Saran merupakan sebuah hasil penelitian, pemikiran yang peneliti dapatkan berdasarkan observasi lapangan, yang peneliti temui selama menganalisa data dan kesimpulan yang telah ditarik. Berikut adalah beberapa saran yang peneliti ajukan:

1. Saran praktis

- a) Peneliti menyarankan kepada Restoran Kedai Bunda agar dapat memperhatikan dan mempertimbangkan atas *service quality* yang di berikan kepada konsumen.
- b) Peneliti menyarankan kepada Restoran Kedai Bunda agar dapat memperhatikan dan

mempertimbangkan atas Harga yang di berikan kepada konsumen.

- c) Peneliti menyarankan kepada Restoran Kedai Bunda agar dapat memperhatikan dan mempertimbangkan atas *service quality* dan harga yang di berikan kepada konsumen sehingga berdampak pada *customer satisfaction* agar dapat datang kembali untuk berkunjung.

2. Saran Akademis

Teruntuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih jauh tentang kegiatan-kegiatan yang dikerjakan dalam penilaian Pemasaran. Karena peneliti sulit mendapatkan suber referensi yang lengkap di perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2007. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid I, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.
- Malau, H. (2018). MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. alfabeta.
- Singarimbun, Masri dan Shofian Effendi. 1995. Metode Penelitian Survey. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono Fandy, 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Tjiptono Fandy, 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta

Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

Walliman, Nocholas. 2011. Research Methods; The Basic. New York: Routledge