

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN RESTAURANT ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA TOBY'S FRIED CHICKEN & RESTO KUSUMA BANGSA SURABAYA

Giri Insan Sari Putri

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
Email: giryinsan@gmail.com

Drs. Muhammad Edwar, M.Si

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui adanya pengaruh harga, kualitas produk, dan restaurant atmosphere pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. Variabel dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Restaurant Atmosphere (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dengan sampel penelitian yang digunakan sebanyak 97 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda menggunakan SPSS 16.0. Uji F menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan restaurant atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil hitung sebesar 344,607 dengan signifikansi 0,000. Uji T menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, restaurant atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,917 hal ini berarti 91,7% kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan restaurant atmosphere sedangkan sisanya 8,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar variabel yang diteliti.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Restaurant Atmosphere, Kepuasan Konsumen.

Abstract

The study aimed determine the effect of price, product quality, and restaurant atmosphere to customers satisfaction at the Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. The research variables are Price (X1), Product Quality (X2), Restaurant Atmosphere (X3), and Customer Satisfaction (Y). The research method is using questioner, with used as many as 97 respondents. The data analysis method is using multiple linear regressions by using SPSS 16.0. The F test shows that the price, product quality, and restaurant atmosphere have significant influence to the customers satisfaction with the calculation value of 344,607 and the significance is 0,000. T test shows that the price and product quality has significant influence to the customer satisfaction and restaurant atmosphere has not significant influence to the customer satisfaction. The determination coefficient (R^2) is 0,917 , it means that 91,7% of the customers satisfaction at Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya are influenced by the price, product quality, and restaurant atmosphere while the remaining of 8,3% is influenced by other variables those are being observed.

Keywords: Price, Product Quality, Restaurant Atmosphere, Customers Satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri restoran cepat saji menjadi salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat, serta terus meningkat seiring dengan tuntutan jaman. Manusia dituntut untuk bergerak cepat dan proaktif. Hal inilah yang menyebabkan manusia menginginkan suatu barang bahkan makanan dengan cepat atau *instant*, sehingga tidak heran apabila manusia pada jaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji (*fast food*). Makanan cepat

saji sangat disukai karena kecepatannya, hanya menunggu tidak sampai 10 menit makanan sudah siap dihidangkan. Kesibukan akan pekerjaan dan sedikit waktu luang membuat makanan cepat saji menjadi pilihan utama bagi masyarakat, terutama yang berada di kota besar seperti Surabaya.

Dengan demikian tidak heran semakin maraknya restoran cepat saji yang ada di Surabaya yang memberikan kenyamanan serta kemudahan untuk menikmati makanan yang ditawarkan serta dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas makanan

tersebut. Hal ini ditandai dengan hadirnya berbagai restoran cepat saji baru untuk memenuhi permintaan akan konsumen menengah kebawah seperti Hisana Fried Chicken, Zest Fried Chicken, Sabana Fried Chicken, dan lain-lain. Melihat fenomena ini, restoran cepat saji Toby's Fried Chicken & Resto hadir untuk berusaha memenuhi kebutuhan konsumen menengah kebawah.

Toby's merupakan restoran cepat saji dari dalam negeri. Toby's merupakan restoran cepat saji yang menawarkan kualitas makanan yang sempurna dengan harga yang sangat terjangkau yang cocok bagi kalangan menengah kebawah. Adanya beberapa cabang Toby's Fried Chicken & Resto di Surabaya ini membuktikan bahwa Toby's diminati oleh masyarakat Surabaya, sehingga Toby's harus menawarkan harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* yang baik guna menciptakan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan awal konsumen sebelum konsumsi produk dengan kinerja dan manfaat yang didapat setelah konsumsi produk. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004:101) terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Kepuasan konsumen adalah penentu keberhasilan suatu perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Kotler dan Armstrong (2003:430) menyatakan harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa. Menurut Laksana (2008:124) harga terdiri dari empat indikator yaitu keterjangkauan harga produk, daya saing harga dengan produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian dengan manfaat produk.

Selain harga, kualitas produk juga memiliki hubungan yang erat sebagai penentu kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2008:143) kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersamar ataupun terlihat. Menurut Peleg, dkk dalam Sun (2008:482-484) terdapat tiga indikator kualitas produk pada makanan yaitu tampilan fisik, kesesuaian antar spesifikasi, serta variasi yang banyak.

Selain harga dan kualitas produk, *Restaurant Atmosphere* juga dapat sebagai penentu kepuasan konsumen karena suasana yang nyaman dapat menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen. Menurut Kotler (2008) *atmosphere* setiap restoran mempunyai tata letak tersendiri.

Hal ini juga didukung pernyataan dari Berman dan Evans (2007:544) yang menyatakan *atmosphere* merupakan karakteristik fisik restoran yang memproyeksikan kesan dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Turley dan Milliman dalam Agoes dan Pasaribu (2015) *restaurant atmosphere* terdiri dari empat elemen yaitu tampilan, suara, aroma, dan sentuhan atau disebut juga "*ambience*". Apabila

dilihat secara singkat *atmosphere* dari sebuah restoran harus mampu dinikmati oleh seluruh indera manusia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah dalam penelitian ini maka dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya ?
3. Apakah *restaurant atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya ?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya ?

Tujuan Penelitian

Mengacu dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Tjiptono (2008:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang atau jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut Nitisusastro (2012:199) menjelaskan harga merupakan pengorbanan yang telah dikeluarkan konsumen guna memperoleh produk barang atau jasa. Harga dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu (1) Keterjangkauan harga produk (2) Daya saing harga dengan produk sejenis (3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk (4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Kualitas Produk

Kotler (2008:143) kualitas adalah totalitas barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Assauri (2009:211) kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Restaurant Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

kualitas suatu produk sangat berkaitan dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran. Kualitas produk dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu (1) Tampilan fisik (2) Kesesuaian atas spesifikasi (3) Variasi yang banyak.

Restaurant Atmosphere

Menurut Davis, dkk dalam Agoes dan Pasaribu (2015) *atmosphere* dari sebuah restoran merupakan salah satu aspek operasional yang sulit untuk didefinisikan. Namun demikian, *atmosphere* seringkali diartikan sebagai sebuah bentuk 'rasa' di dalam sebuah restoran. Levy & Weitz (2012:490) menyatakan *atmosphere* dapat mengacu pada desain lingkungan suatu tempat usaha dengan mengstimulasi panca indera. Sedangkan *atmosphere* menurut Berman dan Evans (2007:544) menyatakan " bahwa *atmosphere* merupakan karakteristik fisik restoran yang memproyeksikan kesan dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. *Restaurant Atmosphere* dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu (1) tampilan (2) suara (3) aroma.

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2008:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kekecewaan konsumen. Menurut Walker, dkk (2001:35) kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat dipenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu (1) Kesesuaian harapan (2) Minat berkunjung kembali (3) Kesiediaan merekomendasikan.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- H1 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.
- H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H3 : Restaurant atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H4 : Harga, kualitas produk, restaurant atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. Sampel penelitian ini 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *judgement sampling* dengan pertimbangan (1) konsumen yang pernah membeli di Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya (2) konsumen yang sedang melakukan pembelian di Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. Pembelian harus dilakukan di

Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya, Jl. Kusuma Bangsa No. 22 Surabaya.

Teknik pengumpulan data yaitu observasi dan angket berupa pernyataan tertulis yang diberikan kepada konsumen di Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden wanita lebih dominan yaitu sebesar 68,1% sedangkan pria sebesar 31,9%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berusia 17-25 tahun lebih dominan yaitu sebesar 38,1%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan status pelajar lebih dominan yaitu sebesar 40,2%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berpendapatan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 lebih dominan yaitu sebesar 40,2%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang melakukan pembelian di Toby's satu kali dalam seminggu lebih domain yaitu sebesar 58,8%.

Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas, penelitian ini memiliki nilai residual normal karena diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,863 > 0,05$, sehingga model regresi dinyatakan baik.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel harga pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance* sebesar $0.302 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $3,309 < 10$, variabel kualitas produk memiliki nilai *tolerance* sebesar $0.503 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,990 < 10$, variabel *restaurant atmosphere* memiliki nilai *tolerance* sebesar $0.307 > 0,1$. dan nilai VIF sebesar $3,261 < 10$ yang artinya model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.222	.278		.797	.428
HARGA	-.041	.023	-.334	-1.808	.074
KUALITASPRODUK	-.004	.017	-.034	-.238	.813
RESTAURANTATMOSPHERE	.034	.018	.347	1.892	.062

a. Dependent Variable: AbsUt

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui seluruh variabel bebas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.665	.477	
	HARGA	-.157	.039	-.217
	KUALITASPRODUK	.776	.030	1.089
	RESTAURANTATMOSPHERE	.002	.031	.003

a. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN

Berdasarkan tabel 2 , diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,665 - 0,157X_1 + 0,776X_2 + 0,002X_3$$

Penjelasan persamaan tersebut adalah :

1. Nilai Konstanta sebesar 2,665 (positif) menyatakan jika nilai dari harga (X1), kualitas produk(X2), dan *restaurant atmosphere* (X3) sama dengan nol (0), maka terjadi kepuasan konsumen.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar -0,157 yang menunjukkan adanya hubungan berbanding terbalik dengan kepuasan konsumen (Y). sehingga dapat diartikan apabila harga mengalami peningkatan satu satuan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar - 0,157.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,776 yang menunjukkan adanya hubungan searah dengan kepuasan konsumen (Y). dapat diartikan apabila kualitas konsumen mengalami peningkatan satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,776.
4. Nilai koefisien regresi variabel *restaurant atmosphere* (X3) sebesar 0,002 yang menunjukkan adanya hubungan searah dengan kepuasan konsumen (Y) apabila *restaurant atmosphere* mengalami peningkatan satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,002.

“Koefisien Determinasi (R²)”

“Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)”

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.917	.915	.52845

a. Predictors: (Constant), RESTAURANTATMOSPHERE, KUALITASPRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN

Berdasarkan tabel 3 nilai *r square* sebesar 0,917 persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu sebesar 91,7%.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) diperoleh t hitung pada harga (X1) sebesar -4,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5%, maka harga (X1) berpengaruh signifikan berbanding terbalik terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga H0 ditolak dan H1 diterima.

Nilai hitung pada kualitas produk (X2) sebesar 25,914 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5% sehingga kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). sehingga H0 ditolak dan H2 diterima.

Nilai hitung pada *restaurant atmosphere* (X3) sebesar 0,063 dengan nilai signifikansi sebesar 0,950 > 0,05 atau 5% sehingga *restaurant atmosphere* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). sehingga H0 diterima dan H3 ditolak.

2. Uji F (Simultan)

Hasil uji hipotesis nilai F hitung sebesar 344,607 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2), *restaurant atmosphere* (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toby’s. Hipotesis ke empat dapat diterima yaitu terdapat pengaruh secara bersama-sama antara harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen..

Pembahasan

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen Toby’s Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan tetapi berbanding terbalik terhadap kepuasan konsumen Toby’s Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. Artinya setiap terjadi peningkatan harga akan mempengaruhi penurunan kepuasan konsumen Toby’s. Beberapa konsumen menganggap bahwa faktor harga yang memberikan kepuasan.

Berdasarkan dari hasil karakteristik responden, konsumen Toby’s didominasi oleh konsumen pada rentang pendapatan perbulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar konsumen Toby’s Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya didominasi oleh kalangan menengah kebawah. Konsumen memilih membeli di Toby’s Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa karena harga yang ditawarkan murah.

Nitisusastro (2012:199) menyatakan harga merupakan pengorbanan yang telah dikeluarkan konsumen guna memperoleh produk. Jadi konsumen akan rela mengeluarkan sejumlah uang untuk memperoleh produk yang diinginkan.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Restaurant Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

Hal ini sejalan dengan penelitian Purnamasari (2015) dan Rothenberger (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ofela dan Agustin (2016) juga menyatakan bahwa harga adalah salah satu elemen pemasaran yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen, kebijakan harga dan strategi harga yang diberikan mempengaruhi kepuasan akan produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yaitu kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan dari pada variabel lain yaitu harga dan *restaurant atmosphere*.

Berdasarkan dari hasil karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian produk Toby's dalam satu minggu yaitu sebanyak 35,1% responden membeli produk Toby's 2 kali dalam 1 minggu. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya merasa puas dengan produk Toby's sehingga sebagian besar para konsumen pernah membeli lebih dari 1 kali.

Kotler (2008:143) menyatakan kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik produk yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Maria dan Anshori (2013) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Prasastono dan Pradapa (2012) juga menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Restaurant Atmosphere (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *restaurant atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh yang diberikan *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

Berdasarkan dari hasil karakteristik responden, konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya didominasi oleh konsumen dalam rentang usia 17 – 25 tahun serta didominasi oleh pelajar. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa adalah anak muda yang cenderung lebih suka makan/nongkrong/berkumpul diluar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Berman dan Evans (2007:544) yang menyatakan *atmosphere* merupakan karakteristik fisik restoran yang memproyeksikan kesan dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *restaurant atmosphere* mempengaruhi konsumen terhadap

keputusan pembelian tetapi tidak dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari dan Saino (2013) yang menyatakan bahwa *restaurant atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian yang dilakukan Paramita (2012) yang menyatakan bahwa elemen penglihatan/tampilan, aroma, serta pendengaran/suara adalah beberapa elemen yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Restaurant Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya

Berdasar pada hasil analisis, diperoleh hasil bahwa harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis ini menjelaskan bahwa harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* saling berkaitan satu sama lain.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya. Hal ini dikarenakan kualitas produk pada makanan menjadi pertimbangan tersendiri oleh konsumen.

Dalam bidang restoran yang menjual makanan dan minuman tingkat kepuasan konsumen terletak pada kualitas makanan dan minuman. Puas atau tidaknya konsumen dipengaruhi oleh nilai yang didapat dengan mengkonsumsi suatu produk dengan meningkatnya produk tersebut akan tercipta keunggulan bersaing sehingga konsumen menjadi lebih puas.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Purnamasari (2015) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, serta penelitian Kristiana & Edwar (2017) yang menyatakan bahwa *atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *Café Heerlijk Gelato* Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. Sehingga dalam penelitian ini harga, kualitas produk, dan *restaurant atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
3. *Restaurant Atmosphere* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.
4. Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan *Restaurant Atmosphere* (X3) secara bersama-sama

terhadap kepuasan konsumen pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan. Vol.6 No.1.

Saran

1. Mengetahui bahwa kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Toby's diharapkan agar Toby's dapat terus melakukan inovasi terhadap produk Toby's seperti penambahan variasi menu dan terus mempertahankan cita rasa makanan dan minumannya.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya yang sejenis dapat menambah atau mengganti dengan variabel lain, mengingat 8,3% kepuasan konsumen pada Toby's dipengaruhi oleh variabel lain salah satunya variabel kualitas layanan karena hasil dari penelitian ini menunjukkan kepuasan konsumen sebagian besar di dominasi oleh kecakapan karyawan pada Toby's Fried Chicken & Resto Kusuma Bangsa Surabaya.

Prasastono, Ndaru dan Pradapa Sri Yulianto Fajar. 2012. Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. Vol.XI No 2.

Mayasari, Netty Lia dan Saino. 2013. Pengaruh Restaurant Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dream Cars Resto And Café Surabaya .

Kristiana, maria dan Edwar, Muhammad. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Café Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol. 1 No. 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi I . Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium diterjemahkan Bennyamin Molan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta: Rajagrafindo.
- Berman, Barry and Joel R. Evans. 2007. *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Purnamasari, I.G.A Yulia. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 *Fashion Online* di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*. Vol.5 No. 1 (2015).
- Rothenberger, Sandra. 2015. *Fairness through transparency — The influence of price transparency on price fairness perception*. Brussels: Université Libre de Bruxelles.
- Ofela, Hana dan Agustun, Sasi. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.5 No.1.
- Maria, Monica Dan Anshori, Mohamad Yusak. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake.