

PENGARUH PELAYANAN, HARGA TERHADAP USAHA MAKANAN DAN MINUMAN PADA DESA MELATI 2 KECAMATAN PERBAUNGAN KABUPATEN DELI SERDANG

Nova Syahfitri¹, Edy Erianto², Sri Rosliana Lubis³

Politeknik Pariwisata Medan

Email : Syahfitrinova@gmail.com, edyerianto@gmail.com, srirosliana@poltekparmedan.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pelayanan, harga terhadap usaha makanan dan minuman di desa melati II kecamatan perbaungan kabupaten deli serdang. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variable bebas yaitu variable usaha makanan dan minuman dan variable terikat yaitu pelayanan, harga. Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Pengaruh Pelayanan, Harga Terhadap usaha makanan dan minuman, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai koefisien 0.010 dapat dilihat bahwa variable pelayanan (X1 dan variabel harga (X2) 0.036. Jika kualitas pelayanan di tingkatkan sebesar satu poin, maka usaha makanan dan minuman akan bertambah sebesar 10,0%, setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka usaha makanan dan minuman akan mengalami kenaikan sebesar 36,0%. Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) yang memiliki hubungan yang kuat terhadap usaha makanan dan minuman dapat dilihat pada nilai R Square sebesar determinasi (R²) sebesar 0,465 atau 46,5%, yang menunjukkan bahwa variable independen yang terdiri kualitas pelayanan, harga dan lokasi dapat dijelaskan dengan usaha makanan dan minuman sebesar 46,5% mampu menjelaskan variable dependen yaitu usaha makanan dan minuman (Y) sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelayanan, harga berpengaruh signifikan terhadap usaha makanan dan minuman di desa melati II kecamatan perbaungan kabupaten deli serdang.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga dan Usaha Makanan dan Minuman.

A. Pendahuluan

Usaha makanan dan minuman yang bergerak di bidang makanan dan minuman juga harus pandai dalam menentukan harga dan pelayanan sehingga dapat melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan pelayanan dan harga akan lebih menguntungkan dari usaha makanan dan minuman. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon usaha makanan dan minuman dapat

dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengana ktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pembeli, adanya

fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar usaha makanan dan minuman dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian. Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelayanan dan harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak usaha makanan dan minuman bangkrut karena mematok harga tidak cocok.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pelayanan berpengaruh terhadap usaha makanan dan Minumandi Desa Melati 2 kecamatan perbaungan kabupaten deli serdang?
2. Seberapa besar harga berpengaruh terhadap usaha makanan dan Minuman di

Desa Melati 2 kecamatan perbaungan kabupaten deli serdang?

C. Tinjauan Pustaka

Pelayanan yang diterima pelanggan sama dengan harapan pelanggan, hasilnya bukan kepuasan atau ketidakpuasan. Berdasarkan model ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik pelanggan itu sendiri (pengalaman) dan pelayanan itu sendiri (harga dan karakteristik pelayanan).

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan usaha makanan dan minuman merupakan keyakinan usaha makanan dan minuman sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja product tersebut.

1. Penetapan Harga

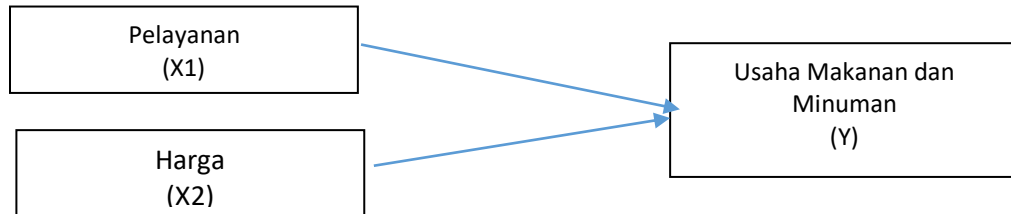
Usaha makanan dan minuman biasanya menyesuaikan harga dasar mereka untuk memperhitungkan perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. Di bawah ini merupakan strategi penyesuaian harga, terdapat beberapa penetapan harga yaitu: *penetration pricing*, *party pricing* dan *premium pricing*. Makanan adalah bahan, biasanya berasal dari hewan atau tumbuhan, yang dimakan oleh makhluk hidup agar

mendapatkan tenaga dan nutrisi. Menurut Notoadmodjo, makanan berfungsi untuk memelihara proses tubuh dalam pertumbuhan atau perkembangan serta mengganti jaringan tubuh yang rusak, memperoleh energy untuk melakukan aktivitas sehari-hari, mengatur metabolisme dan berbagai keseimbangan air, mineral, dan cairan tubuh yang lain juga berperan di dalam mekanisme pertahanan tubuh terhadap berbagai penyakit (Amaliyah,

2017: 5). Makanan merupakan sesuatu yang dikonsumsi oleh makhluk hidup dalam kehidupannya. Mereka bias bertahan hidup dengan mengonsumsi makanan. Untuk itu diperlukan makanan yang sehat dan tidak menggunakan bahan kimia supaya tidak berdampak buruk terhadap tubuh.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

E. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Melati 2 Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang.

F. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang usaha makanan dan

minuman yang berada di di Desa Melati 2 Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang, yang berjumlah 14,815 orang

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang pernah berkunjung ke usaha makanan dan minuman yang berada di desa melati 2 kecamatan perbaungan kabupaten deli Serdang sampel sebanyak 100 orang.

G. Teknik Analisa Data

Adapun Teknik analisi data yang dipakai sebagai berikut : Uji Kesahihan Angket, Validitas, Reliabilitas, Asumsi

Klasik, Heteroskedastisitas, Normalitas, Uji

Multikolinieritas dan Uji Hipotesis.

H. PEMBAHASAN

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.682**	.136	.350**	.579**	.382**	.500**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.177	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.682**	1	.324**	.351**	.577**	.570**	.363**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.136	.324**	1	.569**	.445**	.266**	.289**	.564**
	Sig. (2-tailed)	.177	.001		.000	.000	.007	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.350**	.351**	.569**	1	.626**	.469**	.629**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.579**	.577**	.445**	.626**	1	.460**	.524**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.382**	.570**	.266**	.469**	.460**	1	.479**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.500**	.363**	.289**	.629**	.524**	.479**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.746**	.794**	.564**	.751**	.817**	.711**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 23

1. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variable pelayanan (X1), harga (X2), dan usaha makanan dan minuman (Y) pada desa Melati II dinyatakan valid.

Adapun tingkat realibilitas pernyataan variable pelayanan (X1), harga (X2), serta variable Harga Usaha Makanan dan Minuman (Y) pada Desa Melati II berdasarkan output SPSS versi 23.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	21

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 23

Dari hasil uji Realibilitas menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha $0.709 > 0.60$ maka dinyatakan Realibilitas.

2. Uji Multikolineritas

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficientsa

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.178	3.572		9.009	.000		
	PELAYANAN	.010	.095	.010	.100	.920	.548	2.001
	HARGA	-.063	.106	-.060	-.595	.553	.635	1.613

a. Dependent Variable: USAHA MAKANAN DAN MINUMAN

Sumber: Hasil Olah DataAngketMelalui SPSS Versi 23

Jika Nilai Tolerance > 0.100 dan VIF < 10.00 berkesimpulan tidak terjadi Gejala Multikolineritas, Jika Nilai Tolerance $<$

0.100 dan VIF > 10.00 berkesimpulan Terjadi Gejala Multikolineritas

I. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Usaha Makanan dan Minuman

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap usaha makanan dan minuman yang berkunjung di usaha makanan dan minuman di desamelati II. Pelayanan yang diberikan oleh pihak usaha makanan dan minuman memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk dating kembali ke usaha makanan dan minuman didesa melati II. Suatu usaha yang mengutamakan pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan usaha tersebut.

3. Pengaruh Harga Terhadap Usaha Makan dan Minuman

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung ke usaha makanan dan minuman . Harga yang ditetapkan oleh pengusaha makanan dan minuman sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat, harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kelangusan dari usaha makanan dan minuman. Harga digunakan sebagai indicator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kelangusan dari usaha makanan dan minuman tersebut, oleh

sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variable harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variable harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,595. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya usaha makanan dan minuman.

J. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap usaha makanan dan minuman yang berada di Desa Melati 2 Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang, besarnya pengaruh pelayanan tersebut adalah sebesar 10,0%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat Pelayanan sebesar satu poin maka usaha makanan dan minuman akan mengalami kenaikan sebesar 0,010. Begitu juga sebaliknya, apabila pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin

maka usaha makanan dan minuman akan mengalami penurunan sebesar 0,010.

2. Harga berpengaruh signifikan terhadap usaha makanan dan minuman di Desa Melati 2 Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang, besarnya pengaruh harga tersebut adalah sebesar 0,63%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka usaha makanan dan minuman akan mengalami kenaikan sebesar 0,063. Begitu juga sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka usaha makanan dan minuman akan mengalami penurunan sebesar 0,063.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep untuk usaha agar tetap berkembang atau maju, sehingga banyak konsumen yang datang ke usaha makanan dan minuman itu sendiri, dan mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan mengalami perkembangan atau kemajuan dari usaha makanan dan minuman tersebut.

2. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam menambah

variable dalam mengenai tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

K. DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. dan Kotler, Philip. Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 Edisi Bhs.Indonesia dari Principle of Marketing, Jakarta: PT Prehalindo, 1998.
- Atmaja, Lukas, Setia. Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Basu, Swastha. Strategi Pemasaran Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Bi Rahmani Nur Ahmadi, Metode Penelitian Ekonomi, Medan: Febi Uin Su Press, 2016.
- Danang, Sunyoto. Teori Kuesioner dan Analisis Data, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Goodman, Raymond J. Service Management Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Hamdani, A dan Lupyoadi. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hurriyati, Ratih. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Lina Sari Situmeang, “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hotplate medan” Skripsi Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran, Jakarta: Indeks, 2001.