

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH
MAKAN DAPOER NENEK KECAMATAN PANYABUNGAN
KOTA KABUPATEN MANDAILING NATAL**



Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

NURUL AMINAH LBS

NIM : 19080028

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2023**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
DAPOER NENEK KECAMATAN PANYABUNGAN KOTA KABUPATEN
MANDAILING NATAL




SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah


Oleh :

NURUL AMINAH LBS
NIM: 19080028

PEMBIMBING I


Drs. Hamonangan, M.Si
NIP. 1965072820031210001

PEMBIMBING II


Erni Yusnita Siregar, M.E
NIP. 1990061020019032021

STAIN MADINA
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Pembimbing skripsi atas nama Nurul Aminah Lbs, NIM. 19080028 dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke sidang munaqasyah.


Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sepenuhnya.

Panyabungan, 14 Agustus 2023

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Drs. Hamonangan, M.Si
NIP. 1965072820031210001



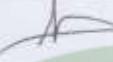


Erni Yusnita Siregar, M.F.
NIP. 1990061020019032021


STAIN MADINA

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Proposal ini berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN DAPOER NENEK KECAMATAN PANYABUNGAN KOTA KABUPATEN MANDAILING NATAL" a.n Nurul Aminah Lbs; NIM.19080028, Program Studi Ekonomi Syariah telah di sidang Munaqasyahkan pada tanggal 16 Agustus 2023.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No.	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Edi Marjan Nasution, M.E NIP. 198408072019031004	Ketua Sidang/ Penguji I		13/09/2023
2	Nurintan Siregar, M.E NIP. 198610212019032008	Sekretaris/ Penguji II		28/08/2023
3	Drs. Hamonangan, M.Si NIP. 1965072820031210001	Penguji III		13/09/2023
4	Emi Yusnita Siregar, M.E NIP. 1990061020019032021	Penguji IV		13/09/2023

Mandailing Natal, 19 Oktober 2023
Mengetahui
Ketua STAIN Mandailing Natal


Dr. H. Somber Muli Harahap, M.Ag
NIP. 19720313200321002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Aminah Lbs
Nim : 19080028
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tempat/Tgl Lahir : Iparbondar, 24 Mei 2000
Alamat : Panggorengan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Produk , Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal"** adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, 14 Agustus 2023



Nurul Aminah Lbs

Nim.19-08-0028

ABSTRAK

Nurul Aminah Lbs, NIM. 19080028, judul skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapoer Nenek Keamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal”. Program studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Dapoer Nenek. Populasi dalam penelitian ini adalah 30 dengan jumlah sampel 97 konsumen dapoer nenek dengan metode yang digunakan adalah *actidental sampling*. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data dengan melakukan observasi, dan penyebaran angket kepada konsumen. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan tingkat signifikan X^1 berada pada taraf 0,027 ($0,047 < 0,05$) dengan t hitung 2.954. Sedangkan X^2 pada taraf 0,031 ($0,031 < 0,05$) dengan t hitung 4,662. Dan X^3 pada taraf 0,000 ($0,000 < 0,05$) dengan t hitung 5,502. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, fasilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dikarenakan F hitung lebih besar dari F tabel ($18.313 > 4.602$).

Kata kunci: Kualitas Produk, Fasilitas, Harga, Kepuasan Konsumen



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat, Taufik serta Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal "**. Sholawat dan salam senantiasa semoga dilimpahkan kepada kekasih Allah SWT, yaitu Nabi Muhammad SAW semoga kelak kita memperoleh syafaatnya di *yaumul akhir*.

Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir sebagai satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. terselesaikannya skripsi ini tentunya berkat rahmat dari Allah SWT yang dengan kasih sayangnya terhadap hambanya yang tidak bisa diukur dengan segalanya. Dan bantuan dari pihak yang ikut membantu secara material maupun nonmaterial. Pada kesempatan ini peneliti rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag. selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan bapak Paisal Rahmat, M.E selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
3. Bapak Drs. Hamonangan, M.Si selaku pembimbing I dan ibu Erni Yusnita Siregar, M.E selaku pembimbing II yang dengan ikhlas dan sabar bersedia memberikan waktu dan ilmunya untuk mengarahkan, dan membimbing serta memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak / Ibu dosen beserta civitas akademika Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Ahmad Dorani selaku manajer dari Rumah Makan Dapoer Nenek yang banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Konsumen dari Rumah Makan Dapoer Nenek yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teristimewa kepada ayahanda tercinta Aminullah Lubis dan ibunda tercinta Emmi Rayanti yang telah mendidik, memberikan motivasi, dan selalu berdoa tiada hentinya untuk kelancaran setiap langkah peneliti, yang paling berjasa dalam hidup peneliti serta yang telah banyak berkorban tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan putra-putrinya .
8. Adik tercinta Yahya Abd. Sattar Lbs dan Fitri Halimah Lbs yang telah memberikan dukungan yang kuat kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabatku (Solahuddin, Siti Aminah , Rahmayani Siregar) serta rekan- rekan lainnya yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirul Kalam , peneliti mengharapkan agar skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan Kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang diharapkan demi perbaikan-perbaikan pada masa yang akan datang.

Panyabungan, 14 Agustus 2023



Nurul Aminah Lbs
Nim : 19080028

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Definisi Operasional Variabel	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gambaran Umum Rumah Makan Dapoer Nenek	11
B. Kepuasan Konsumen	14
C. Kualitas Produk	16
D. Fasilitas	20

E. Harga	21
F. Hasil Penelitian yang Relevan	23
G. Kerangka Berfikir	25
H. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	26
D. Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik dan Analisis Data	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan Hasil Penelitian	34

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	46
B. Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing yang Berada di Daerah Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal.	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Rumah Makan Dapoer Nenek Dengan Pesaing	5
Tabel 1.3 Konsumen yang Melakukan Pembelian di Rumah Makan Dapoer Nenek	5
Tabel 1.4 Skala Pengukuran Likert	29
Tabel 3.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 3.2 Data Frekuensi Usia Responden	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 3.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 3.7 Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 3.8 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 3.9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 3.10 Hasil Uji t	43
Tabel 3.11 Hasil Uji F	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Dapoer Nenek	12
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian.....	50
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian.....	51
Lampiran 3 Angket Respon Konsumen.....	52
Lampiran 4 t Tabel.....	83
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era global saat ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya sehingga dapat bersaing di pasar. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan yakni bisnis di bidang kuliner. Persaingan ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis yang menghasilkan produk yang sama namun dengan harga dan pelayanan yang berbeda. Dengan begitu, pelaku bisnis dituntut untuk membuat strategi untuk menarik pelanggan untuk mengkonsumsi produk maupun jasa yang ditawarkan agar bisa bersaing dan unggul dari para pesaing lainnya. (Aryani & Febrina, 2010: 114)

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan dari suatu bisnis, kepuasan konsumen menjadi suatu keharusan yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya di bidang kuliner dalam menjalankan usahanya. Saat ini banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen adalah indikator ke depan suatu perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan perusahaan. (Assauri, 2012: 11)

Menurut Lupiyoadi ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya. (Yoestini, 2012: 9) Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Biasanya konsumen dalam menggunakan produk suatu perusahaan akan membandingkan harga, memilih layanan yang terbaik dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan

tersebut terus tetap berkembang. Selain itu, perusahaan juga harus bias memenuhi kebutuhan konsumennya. Apabila konsumen merasa puas maka konsumen tidak akan berpindah dalam pembelian suatu produk.

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas, harga, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Para pemilik usaha, khususnya di bidang kuliner benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi produk maupun jasa suatu perusahaan. (Daryanto & Setyobudi, 2014: 53-54)

Kualitas produk menjadi penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Amstrong, 2008: 273).

Pengalaman dari konsumen dalam membeli produk yang baik ataupun buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Dengan begitu, pelaku bisnis harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen. Selain kualitas produk, yang perlu diperhatikan oleh setiap pebisnis dalam bersaing, terutama usaha di bidang kuliner yakni kebijakan penetapan harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 345), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Bagi konsumen, harga sering kali dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang maupun jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga sebagai indikator kualitas produk.

Dalam penggunaan produk dari suatu perusahaan, konsumen akan membanding-bandingkan harga, memilih layanan yang terbaik dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan juga lengkap. Fasilitas merupakan salah satu sumber utama yang harus ada sebelum produk

maupun jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat berupa sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. (Kotler & Armstrong, 2008: 24)

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. (Tjiptono & Chandra, 2005: 25)

Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2006:150). Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan. Fasilitas adalah sesuatu yang disediakan oleh penyedia jasa untuk dipergunakan oleh pelanggan yang tujuannya untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. (Tjiptono & Chandra, 2005:93)

Rumah Makan Dapoer Nenek selalu berusaha fokus terhadap kepuasan konsumen dan tanggap terhadap pelanggan yang datang dan dalam memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan yang datang ke rumah makan dapoer nenek agar kualitas pelayanan memenuhi harapan dari konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik, pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen dan konsumen akan sering datang ke rumah makan Dapoer Nenek. Rumah Makan Dapoer Nenek merupakan salah satu rumah makan yang berada di Kecamatan Panyabungan kota, Kabupaten Mandailing Natal. Dimana kepedulian karyawan rumah makan dapoer nenek terhadap kepuasan konsumen, dapat kita lihat dari cara karyawan memberi pelayanan untuk konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Dapoer Nenek.

Pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen merupakan tanggung jawab perusahaan dan juga karyawan yang bekerja di Rumah Makan Dapoer Nenek, karyawan juga memegang peranan penting untuk

membuat konsumen merasa puas dengan produk yang di sediakan oleh Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal. Perusahaan juga memegang peran penting untuk memenuhi kepuasan konsumen baik dari kualitas produk, fasilitas dan harga.

Tabel I.1
Daftar Pesaing yang Berada di Daerah Kecamatan Panyabungan Kota
Kabupaten Mandailing Natal.

Nomor	Nama Pesaing	Alamat
1.	Lesehan AMJ (Aek Mata Julu)	Jl. Lintas Timur
2.	Rumah Makan Angin Berhembus 2	Jl. Lintas Medan-Padang
3.	Rumah Makan Pondok Paranginan 2	Jl. Lintas Timur

Sumber: Observasi awal peneliti

Tabel I.I diatas menunjukkan bahwa persaingan rumah makan di sekitaran Rumah Makan Dapoer Nenek sangat tinggi. Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih makanan tertentu. Pihak manajemen rumah makan harus berusaha untuk memenuhi kriteria yang akan menjadi bahan pertimbangan konsumen, misalnya kualitas produk, fasilitas, dan harga sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen.

Tabel I.2
Perbandingan Harga Produk
Rumah Makan Dapoer Nenek Dengan Pesaing

No	Produk	Perbandingan Harga Dengan Pesaing			
		Dapoer Nenek	Lesehan AMJ	Angin Berhembus 2	Pondok Paranginan 2
1.	Nasi goreng Ayam	26.000	25.000	25.000	25.000
2.	Ikan Bakar	30.000	30.000	28.000	27.000
3.	Indomie goreng	10.000	10.000	10.000	10.000
4.	Udang saos tiram	25.000	30.000	28.000	30.000
5.	Nasi goreng special	30.000	30.000	20.000	22.000
6.	Ayam bakar	24.000	25.000	22.000	25.000
7.	Cumi rica-rica	25.000	25.000	25.000	25.000
8.	Ayam gebrek	24.000	25.000	25.000	25.000
9.	Ayam cabe ijo	24.000	25.000	22.000	25.000
10.	Tambah nasi	3.000	3.000	2.000	3.000

Sumber: Wawancara beberapa Rumah Makan di daerah Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal

Dari tabel I.2 diatas dapat dilihat perbandingan harga beberapa produk dengan signifikan yang sama ditetapkan oleh beberapa pelaku rumah makan di Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal. Dilihat perbedaan harga produk antara Rumah Makan Dapoer Nenek dengan rumah makan pesaing lain, dan dapat dilihat juga harga produk Dapoer Nenek menetapkan harga yang bersaing dengan pasar bahkan cenderung lebih murah dari pesaingnya.

Tabel I.3
Konsumen yang Melakukan Pembelian di Rumah Makan Dapoer Nenek
Pada Tahun 2018-2022

No.	Tahun	Jumlah Konsumen	Tingkat Pertumbuhan Konsumen
1.	2018	37.674	-
2.	2019	35.433	6,1%
3.	2020	40.864	5,2%
4.	2021	39.633	-3,6%
5.	2022	38.412	-2,3%

Sumber: Dokumentasi Jumlah Konsumen Rumah Makan Dapoer Nenek, 2023

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Dapoer Nenek, terlihat tahun 2020 mengalami peningkatan dari tahun 2019 dan tahun 2018 yang cukup signifikan, yaitu sebesar 5,2% atau 5.431 konsumen. Tapi pada tahun 2021 terjadi penurunan yang cukup signifikan dari 40.864 konsumen menjadi 39. 633 konsumen atau berkurang sebesar 1.231 konsumen (-3,6%). Pada tahun 2022 juga mengalami penurunan dari 39. 633 menjadi 30.412 konsumen yang berarti bahwa perusahaan kehilangan sebesar 9.221 konsumen (-2,3%). Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan dari pelanggan seperti dari faktor harga, keramahan pelayanan, atau kebersihan rumah makan.

Terjadinya penurunan jumlah konsumen di sebabkan oleh kualitas produk dan semakin banyaknya rumah makan yang menjual produk yang sama dengan harga yang hampir sama. Tahun 2021 terjadi wabah covid-19 sehingga menyebabkan orang-orang tidak dapat keluar rumah, hal tersebut merupakan salah satu penyebab penurunan jumlah konsumen.

Dari latar belakang yang dikemukakan tersebut, terlihat penurunan jumlah konsumen yang cukup signifikan dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka batasan masalah ini adalah Pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Dapoer Nenek

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penelitian ini mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal?
4. Apakah kualitas produk, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal!

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal!
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal!
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapoer Nenek Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal!

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan teori yang diperoleh oleh perguruan tinggi guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Resto

Penelitian ini diharapkan mampu mengupayakan bagaimana pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Bagi Institut

Selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian khususnya terkait dengan manajemen pemasaran.

c. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan penulis dan merupakan suatu latihan teknis untuk membandingkan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan praktik yang sebenarnya, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi SI di

jurusan Ekonomi Syariah dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).

G. Definisi Operasional Variabel

Operasional adalah suatu konsep yang bersifat abstrak guna memudahkan pengukuran suatu variable. Operasional juga dapat diartikan sebagai suatu pedoman dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan penelitian. Definisi operasional yaitu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep yang berupa konstruk dengan kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan diuji serta ditentukan oleh orang lain (Sugiono, 2017)

No.	Variabel	Definisi
1.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen ialah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka dapat terpenuhi, dan merasa amat gembira jika harapan mereka terlampaui.
2.	Kualitas Produk (XI)	Kualitas produk (<i>product quality</i>) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa (Mowen dan Minor, 2002). Perusahaan harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan ketika menjual produk maupun jasa di dalam menjalankan suatu bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat latin. Sedangkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan

		kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.
3.	Fasilitas (X2)	Fasilitas ialah semua yang sifatnya sebagai peralatan fisik yang disediakan oleh penjual untuk kenyamanan seorang konsumen, yang mana fasilitas itu merupakan tempat tunggu, tempat makan, parker, musholla dan lainnya.
4.	Harga (X3)	Harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan atas sebuah produk dan jasa , atau jumlah nilai yang ditukarkan dari seorang pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009:67) mengartikan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.