# BAB IV

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sate kambing Pak Manto merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan atau kuliner. Sumanto merupakan pemilik warung Sate Kambing Pak Manto yang berada di Jl. Honggowongso nomor 36, Sriwedari, Laweyan, Solo, Jawa Tengah. Meski namanya kedai sate kambing, ternyata tengkleng rica [Pak Manto](https://www.solopos.com/kisah-sukses-sumanto-rintis-bisnis-sate-kambing-pak-manto-di-solo-hingga-jakarta-1032744) justru lebih digemari. Kedai kuliner yang dirintis sejak 1990 itu selalu ramai pembeli, terutama saat hari libur. Kedai Sate Kambing Pak Manto tentu tak langsung ramai begitu saja. Pak Manto awalnya bekerja sebagai salah satu karyawan di warung satai kambing di kawasan Keprabon, Solo, pada 1983. Selama tujuh tahun belajar seluk-beluk bisnis kuliner kambing, Pak Manto pun mantap merintis usaha sendiri.

Dari awal buka, Pak Manto beberapa kali berpindah tempat, hingga kini menetap menempati tempat yang sekarang. Pada awalnya beliau hanya berjualan sate kambing, tongseng, dan tengkleng segar. Baru lah pada 1995 beliau berinovasi menciptakan olahan tengkleng rica yang kini menjadi menu andalan warung Pak Manto. Tengkleng rica olahannya merupakan hasil modifikasi resep. Berbeda dengan tengkleng biasanya, tengkleng yang satu ini disajikan tanpa kuah sehingga bisa juga disebut tengkleng goreng. Namun, Pak Manto menyebut masakannya dengan nama tengkleng rica.

Bermodal keuletan dan kerja keras, usaha Pak Manto terus berkembang pesat. Kini, beliau punya beberapa cabang kedai Sate Kambing Pak Manto di [Kota Solo](https://www.solopos.com/sate-kere-kuliner-solo-favorit-presiden-jokowi-yang-kaya-rasa-1008534), Semarang, Jogja, hingga Jakarta. beliau pun punya puluhan karyawan yang membantu menjalankan bisnis tersebut.

1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan memesan di Sate Kambing Pak Manto dan memiliki informasi cukup tentang rasa, pelayanan dan harga.

Berdasarkan data dari 100 responden yang telah diperoleh melalui pembagian kuesioner, didapat karakteristik responden tentang jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin maka karakteristik reponden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jenis Kelamin | Frekuesni | % |
| Laki-laki | 49 | 49% |
| Perempuan | 51 | 51% |
| Jumlah | 100 | 100% |

 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang mempunyai jenis kelamin laki-laki dalam penelitian ini terdapat 49 responden (46%) dan respon yang mempunyai jenis kelamin perempuan terdapat 51 responden (51%).

1. Karakteristik reponden berdasarkan usia

Berdasarkan umur maka karakteristik reponden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umur | Frekunsi | % |
| ≤ 20 Tahun | 4 | 4% |
| 21 - 30 Tahun | 81 | 81% |
| 30 - 40 Tahun | 10 | 10% |
| > 40 Tahun | 5 | 5% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan umur tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan usia kurang dari 20 tahun terdapat 4 responden (4%), sedangankan dengan responden berumur 21-30 tahun terdapat 81 responden (81%), umur 21-30 tahun 81 responden (81%), umur 30-40 tahun 10 responden (10%), dan umur 5 tahun (5%).

1. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir maka karakteristik reponden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3

Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pendidikan Terakhir | Frekuensi% | % |
| SMP | 4 | 4% |
| SMA/SMK | 64 | 64% |
| D3 | 10 | 10% |
| S1 | 19 | 19% |
| S2 | 3 | 3% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa terdapat 4 responden (4%) yang berpendidikan SMP, kemudian terdapat 64 reponden (64%) yang berpendidikan SMA/SMK, 10 responden (10%) yang berpendidikan D3, 19 responden (19%) yang berpendidikan S1, 3 responden (3%) yang berpendidikan S2.

1. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan maka karakeristik respond dapat dilihat di bawah ini :

 Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pekerjaan | Frekuensi | % |
| Pelajar/Mahasiswa | 35 | 35% |
| PNS | 10 | 10% |
| Wirausaha | 22 | 22% |
| Karyawan Swasta | 22 | 22% |
| Lain-lain | 11 | 11% |
| Jumlah | 100 | 100% |

 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa terdapat 35 responden (35%) adalah pelajar/mahasiswa. Selanjutnya 10 responden (10%) adalah PNS, 22 responden (22%) adalah karyawan swasta, dan sisanya 11 responden (11%) menjawab pilihan yang lainnya.

1. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Berdasarkan pendapatan maka karakteristik reponden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pendapatan | Frekuensi | % |
| ≤ 1.000.000 | 4 | 4% |
| Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | 28 | 28% |
| Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000 | 40 | 40% |
| ≥ Rp 4.000.000 | 28 | 28% |
| Jumlah | 100 | 100% |

 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa terdapat 4 responden (4%) yang berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000. Selanjutnya terdapat 28 responden (28%) yang berpendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, 40 responden (40%) yang berpendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000, dan 28 responden (28%) yang berpendapatan lebh dari Rp. 4.000.000.

1. **Hasil Uji Asumsi Klasik**
2. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji normalitas data dapat dilihat hasil uji menggunakan *Kolmogorov Smirnov (one sample KS)* dengan melihat residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak. Berikut adalah hasil pengujian normalitas dengan program SPSS *Statistics* 15 dapat dilihat pada gambar 4.1



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 4.1

Grafik Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik normal p-plot tersebut, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, yang artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi dari setiap variabel dinyatakan normal. Uji terhadap nilai residual juga dilakukan menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov.* Residual dinyatakan berdistribusi normal jika *Kolmogorov-Smirnov Test*> 0,05 sebaliknya apabila *Kolmogorov-Smirnov Test* < 0,05 maka residual dinyatakan tidak berdistribusi normal atau tidak signifikan. Berikut tabel *Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 4.6

Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*



 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas, menyatakan bahwa niali dari *Asymp.sig* sebesar 0,833 > 0,05. Dapat disimpulkan data tersebut telah lolos uji normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel yang terdapat dalam model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF).* Apabila nilai *tolerance value >* 0,10 dan *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 maka disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas. Berikut hasil pengujian multikolinearitas dengan menggunakan program SPSS *Statistics* 15.

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Varibel | Tolerance | VIF | Keterangan |
| Cita Rasa | 0,560 | 1,786 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kualitas Pelayanan | 0,498 | 2,010 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Persepsi Harga | 0,572 | 1,749 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan data tabel 4.7 di atas menggambarkan bahwa cita rasa memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,560 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,786 < 10. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* 0,498 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,010 < 10. Sedangkan variabel persepsi harga memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,572 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,749 < 10. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari antar residual. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedasitas tidak akan pernah terjadi apabila nilai signifikansinya >0,05. Sebaliknya, terjadi heteroskedasitas apabila nilai signifikansinya <0,05. Berikut hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS *Statistics* 15.

Tabel 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variebel | *P-Value* (Sig) | Keterangan |
| Cita Rasa | 0,877 | Tidak terjadi heterokedastisitas |
| Kualitas Pelayanan | 0,344 | Tidak terjadi heterokedastisitas |
| Persepsi Harga | 0,080 | Tidak terjadi heterokedastisitas |

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 menjukkan bahwa *p-value* keseluruhan lebih besar dari 0,05, maka dari itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 4.2

Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas

 Hasil grafik di atas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan ke berbagai tempat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sehingga model dan data layak untuk digunakan analisis regresi.

1. **Hasil Uji Hipotesis**
2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (cita rasa, kualitas pelayanan, dan persepsi harga) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Tabel 4.9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | B | thitung | Sig. |
| *Constant* | 2,071 | 1,296 | 0,198 |
| Cita Rasa | 0,341 | 3,769 | 0,000 |
| Kualitas Pelayanan | 0,231 | 3,007 | 0,003 |
| Persepsi Harga | 0,343 | 4,465 | 0,000 |

 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil olah data SPSS *Statistics* 15 di atas, maka dapat diperoleh hasil sbagai berikut :

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Y = 2,071 + 0,341X1 + 0,231X2 + 0,343X3 + e

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier tersebut adalah sebagai berikut:

1. a = 2,071 (positif) : Hal ini menunjukka apabila Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Harga (X3) konstan atau sama dengan nol (0) maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 2,071.
2. b1 = 0,341 (positif) : Hal ini menunjukkan apabila variabel Cita Rasa (X1) meningkat sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,341.
3. b2 = 0,231 (positif) : Hal ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan (X2) meningkat sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,231.
4. b3 = 0,343 (positif) : Hal ini menunjukkan apabila variabel Persepsi Harga (X3) meningkat sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,343.
5. Uji Simultan (uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Harga (X3) secara simultan terhadap variabel dependennya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil analisis uji f dengan menggunakan SPSS *Statistics* 15 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji Simultan (Uji F)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | *Sum of Squares* | Df | *Mean Square* | F | Sig. | Keterangan |
| *Regression* | 341,811 | 3 | 113,937 | 56,513 | 0,000 | Signifikan |
| Residual | 193,549 | 96 | 2,016 |  |  |  |
| Total | 535,36 | 99 |  |  |  |  |

 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (a) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

1. Fhitung < Ftabel maka Ho diterima
2. Fhitung> Ftabel maka Ho ­ditolak

Menentukan Ftabel = a : (k – 1 ; n - k)

= 0,05 ; (4 – 1 ; 100 - 4)

=0,05 ; (3 ; 96)

=2,70

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel (56,513 > 2,70) dan signifikan 0,000 < 0,05 maka HO ditolak Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikasi konstanta dari setiap variabel independen, apakah Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap variabel dependennya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji t dengan menggunakan SPSS *Statistics* 15 adalah sebagai berikut :

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11

Hasil Uji Parsial (Uji t)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | thitung | Sig. |
| Cita Rasa | 3,769 | 0,000 |
| Kualitas Pelayanan | 3,007 | 0,000 |
| Persepsi Harga | 4,465 | 0,000 |

Sumber : Data Primer diolah 2021

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (a) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

1. thitung < ttabel maka Ho diterima
2. thitung> ttabel maka Ho ­ditolak

Menentukan ttabel = a/2 ; n-k

= 0,05/2 ; 100-4

= 0,025 ; 96

= 1,984

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

1. Uji parsial untuk variabel Cita Rasa (X1) diperoleh sebesar 3,769 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti thitung> ttabel = 3,769 > 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak Ha diterima.

Kesimpulan : Variabel Cita Rasa (X1) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

1. Uji parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh sebesar 3,007 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti thitung> ttabel = 3,007 > 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak Ha diterima.

Kesimpulan : Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

1. Uji parsial untuk variabel Persepsi Harga (X3) diperoleh sebesar 4,465 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti thitung> ttabel = 4,465 > 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak Ha diterima.

Kesimpulan : Variabel Persepsi Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinal atau R2 dapat dilihat pada tabel 4.12 Sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | *R Square* | *Adjusted R Square* | *Std. Error of the Estimate* |
| 1 | ,799(a) | ,638 | ,627 | 1,420 |

 a.Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan

 Sumber : Data Primer diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.12 di atas diproleh nilai *Adjusted R Square* (R2) sebesar 0,627 atau 62,7%. Artinya variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta memiliki pengaruh sebesar 62,7%. Adapun sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

1. **PEMBAHASAN**
2. Pengaruh variabel Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta

 Berdasarkan hasil perhitungan uji t untuk variabel cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh dari nilai thitung> ttabel sebesar (3,769 > 1,984) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka H­­o ditolak Ha diterima, yang artinya cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa cita rasa yang diberikan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta mengenai bau, ciri khas, rasa dan tekstur maka kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta juga akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arbiantoro (2018) dimana adanya pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Bakso Gibrass Jl. Kutisari II No. 45 Surabaya yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signfikan terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) dimana adanya pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Abdul di Bintara yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signfikan terhadap kepuasan konsumen.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto

 Berdasarkan hasil perhitungan uji t untuk variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh dari nilai thitung> ttabel sebesar (3,007 > 1,984) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta mengenai fasilitas, keramahan, cepat tanggap karyawan sangat diperhatikan oleh pelanggan, kualitas yang ditingkatkan akan membuat kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto juga akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Husna *et al.,* (2021), dimana adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta penelitian yang dilakukan Rofiqoh (2021), dimana adamya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Katering Fafa Klaten di Masa Pandemi Covid-19 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta

 Berdasarkan hasil perhitungan uji t untuk variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta. Diperoleh dari nilai thitung > ttabel sebesar (4,465 > 1,984) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima, yang artinya persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta. Hasil ini menunjukan bahwa persepsi harga yang diberikan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta mengenai keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan manfaat sangat berpengaruh pada pelanggan, maka dengan memberikan harga yang terjangkau tetapi dengan produk yang berkualitas akan meningkatkan dan menarik perhatian dari pelanggan.

 Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Suryatama dan Irmawati (2017), dimana adanya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Mc Donald’S* Slamet Riyadi Surakarta yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta penelitian yang dilakukan Kristianti dan Rivai (2018), dimana adanya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Upnormal Semarang yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R2) sebesar 0,627 atau 62,7% . Koefisien determinasi atau sumbangan variabel cita rasa, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Sate Kambing Pak Manto di Surakarta sebesar 62,7%. Sementara untuk sisanya sumbangan dari variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini