

PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO ALAUDDIN KOTA MAKASSAR PERIODE 2015-2016

JUMRIANI

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
(jrah737@gmail.com)

ABSTRACT

JUMRIANI, Year 2018. *Effect of Excellent Service and Prices on Sales at Restaurants in Roasted Chicken Wong Solo Alauddin in Makassar City, This study aims to find out how the effect of excellent service and price on the level of sales in the restaurant of grilled chicken Wong Solo Alauddin in the city of Makassar. The type of research used in this study is quantitative descriptive research. The data that was processed was the result of distributing questionnaires to customers of the 96 restaurant respondents of Wong Solo Alauddin grilled chicken. The sampling method is non probability sampling and the technique used in taking respondents is accidental sampling. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Based on the data analysis, it can be concluded that the excellent service has a positive and significant effect on the sale of the Wong Solo Alauddin grilled chicken restaurant in Makassar city, the price has a positive and significant effect on the sale of the Wong Solo Alauddin grilled chicken restaurant in Makassar.*

Keywords: *Excellent Service, Prices and Sales.*

ABSTRAK

JUMRIANI, Tahun 2018. Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Terhadap Penjualan Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap tingkat penjualan pada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar sebanyak 96 orang responden. Metode pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dan teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Harga Dan Penjualan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha dibidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Faktanya didasarkan pada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Hal ini sesuai dengan teori A.A Maslow, yang mendefinisikan bahwa sandang, pangan dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia, atau ditingkatan kebutuhan paling dasar (Rachmawati, 2011). Permintaan pangan yang terus meningkat karena merupakan kebutuhan dasar manusia berimbang terhadap peningkatan penawaran makanan. Oleh karena itu, bisnis dibidang makanan mempunyai prospek yang cukup menjanjikan dimasa depan.

Dewasa ini, bisnis makanan melingkupi berbagai ragam, sebagai contoh adalah bisnis restoran atau rumah makan, kafe, warung dan lesehan. Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, khususnya bisnis restoran atau rumah makan, tidak semuanya mampu berjalan mulus karena tingginya tingkat persaingan dengan produk penjualan yang hampir sama. Maka dari pihak restoran harus mencari cara bagaimana mencari alternatif dan menciptakan produk yang baru untuk tetap mempertahankan konsumen. Dalam bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari produsen, atau sering disebut dengan loyalitas pelanggan.

Restoran atau rumah makan ayam bakar Wong Solo merupakan rumah makan tradisional yang ada di kota Makassar. Rumah makan ini menyajikan menu ayam bakar dengan menggunakan merek dagang ayam bakar Wong Solo. Rumah makan ini didirikan oleh pengusaha yang bernama Puspo Wardoyo. Pemilik dan direktur PT. Sarana Bakar Digjaya, pemegang hak paten merek dagang ayam bakar Wong Solo. Selama ini rumah makan Wong Solo dikenal dengan cita rasanya yang khas sehingga rumah makan ini tetap dapat bertahan dalam industri rumah makan ayam di Makassar.

Persaingan dunia kuliner ayam di industri *franchise* semakin ketat. Apalagi belakangan ini banyak waralaba asing yang banyak masuk ke Indonesia seperti Amerika, Korea, Jepang, dan negara-negara lainnya yang masuk ke Indonesia. Selain mengembangkan bisnisnya di Indonesia, waralaba negara tersebut juga membidik Indonesia sebagai pasar waralaba kuliner dan makanan cepat saji.

Menurut data *Asosial franchise Indonesia*(AFI) ada sekitar 10-15 perusahaan yang berekspansi di Indonesia pada penghujung tahun 2011, khususnya bisnis waralaba yang bergerak dalam bisnis pelayanan jasa dan makanan siap saji (*fast food*). Setiap tahun jumlah waralaba asing yang masuk ke negara Indonesia terus bertambah banyak. Tidak heran jika banyak pemain waralaba yang berguguran. Hanya segelintir saja pemain *franchise* ayam lokal yang bertahan. Ayam bakar wong solo adalah salah satu dari segelintir merek *franchise* kuliner ayam yang masih bertahan tetap *sustain*. Meski begitu restoran ini tetap menunjukkan keperkasaannya meski dikepung oleh waralaba asing.

Keterangan data *Asosial franchise Indonesia* (AFI) tersebut tidak menutup kemungkinan rumah makan ayam bakar Wong Solo sebagai rumah makan tradisional bisa lebih diminati oleh konsumennya di Indonesia dibanding restoran pesainnya apabila rumah makan Wong Solo menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Dimana lebih meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara memberikan pelayanan prima dan harga yang ditawarkan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan dibenak konsumen yang nantinya akan berdampak terhadap penjualan.

Oleh karenanya berdasarkan uraian di atas mengingat pentingnya pelayanan prima dan harga terhadap penjualan. Maka penulis tertarik mengambil judul: "pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap penjualan pada rumah makan ayam bakar wong solo ala uddin kota makassar".

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan Prima

Barata Istilah pelayanan prima yang artinya adalah kepada perusahaan yang penyedia produk kepada para pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal dan loyal kepada perusahaan (Cahyono 2017).

Menurut Prasetyorini pelayan prima atau dengan istilah tenarnya disebut *service excellent* atau juga *customer care* secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima adalah faktor kunci dalam suatu keberhasilan perusahaan. Jika bisnis biasa tumbuh dan berkembang dan tetap bias bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat (Cahyono, 2017).

Unsur-unsur Pelayan Prima

Adapun unsur pelayanan prima menurut (Tjiptono,2002:58) pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok, yaitu :

- a. Kecepatan, yaitu kecepatan dalam merespon permintaan,kecepatan dalam pelayanan pasca jual.
- b. Ketepatan, yaitu ketepatan produsen dalam mengarahkan kebutuhan konsumen dengan produk yang ditawarkan.
- c. Keramahan, yaitu pemberian sambutan kepada konsumen yang datang, kesabaran dalam menjelaskan dengan bahasa dan tutur kata yang santun dan jelas.

Kenyamanan, yaitu nyaman disini adalah secara tempat seperti kantor yang rapi, *showroom* yang indah dan nyaman..

Pengertian Harga

Menurut Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan menurut Charty, Harga (*price*) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu (Angipora, 2002:268). Menurut Deliyanti Oentoro harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2016:216).

Adapun indikator harga menurut (Kotler & Armstrong, 2012:314) yaitu :

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu jenis dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat

adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba, Marwan (Rachmawati, 2011). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Swastha penjualan dapat diartikan sebagai ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan, (Fitriyono, 2014).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah/scientific karena telah melalui kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rumah makan ayam bakar Wong Solo. Ayam bakar Wong Solo merupakan rumah makan yang berlokasi di jalan Sultan Alauddin Kota Makassar untuk memperoleh data mengenai pengaruh pelayanan primadan harga terhadap penjualan pada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar. Adapun waktu yang dilaksanakannya penelitian ini kurang lebih satu bulan, pada bulan Mei 2018.

Variabel Penelitian

1. Variabel independent yaitu :
 Pelayanan Prima sebagai X1
 Harga sebagai X2
2. Variabel dependent yaitu :
 Penjualan sebagai Y.

Populasi Dan Sampel

1. Populasi

populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan rumah makan ayam bakar Wong SoloAlauddin kota Makassar yang sedang atau pernah membeli produk dan menikmati pelayanan yang diberikan sehingga konsumen benar-benar merasakan manfaat serta kepuasan dan dapat memberikan penilaiannya.

2. Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sedangkan teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *accidental sampling*. Kriteria responden yang dipilih yaitu responden yang datang dan memesan makanan. Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, oleh karena itu agar sampel yang diambil dapat *representative* dan mewakili populasi, maka jumlah sampel harus diketahui, untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus *unknown populations* (Riduwan, 2009:66).

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot \sigma^2}{e^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ =Ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 0,05$ yang berarti $Z_{0,05/2} =$ dalam table ditemukan angka 1,96 (table distribusi z)

σ = Standar devisi (0,5)

e_i = Standar error / Kesalahan yang dapat ditoleransi (10%=0,1).

Sehingga perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot \sigma^2}{e^2}$$

$$n = \frac{((1,96) \cdot (0,5))^2}{0,1}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Maka sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian Pustaka (*Library research*), yaitu pengumpulan data dengan menelaah berbagai buku *literature*, jurnal ilmiah, dan bahan referensi pustaka lainnya.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan kunjungan langsung pada objek penelitian. Untuk mendapatkan data lapangan ini, digunakan teknik:
 - a. Metode dokumentasi, yaitu suatu metode pengumpulan data dengan menelaah dan mengkaji dokumen-dokumen yang dipublikasikan oleh perusahaan yang bersangkutan.
 - b. Metode kuesioner, yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pihak-pihak yang terkait (responden) untuk dijawab.

Teknik Analisis

1. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda yakni suatu analisis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pelayanan primadan harga terhadap penjualan di rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin. Dengan menggunakan rumus regresi linear berganda menurut Sudrajat (2011:112) dalam (Anwar, 2015) yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Penjualan

a = Nilai constanta

b₁ = Koefisien regresi pelayanan prima

b_2 ,= Koefiensi regresi harga

X_1 = variabel pelayanan prima

X_2 = variabel harga

e = Standar error

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atautakah tidak.
- b. Uji multikolinearitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen).
- c. Uji heterokedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan yaitu Uji Parsial (Uji t). Pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas (Kepuasan Pelanggan) terhadap variabel terikat (Minat Beli Ulang) bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung variabel bebas dengan nilai t tabel variabel terikat dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai t hitung \geq t tabel, maka variable bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	38	39.6%
Perempuan	58	60.4%
Jumlah	96	100%

Berdasarkan tabel 4.1 (karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin), menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaituberjumlah58

orang atau 60,4% dan yang paling sedikit menjadi responden yaitu responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 38 orang atau 39,6%.

Analisis regresi linear sederhana

Tabel 2 : Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	B	Beta	T	Sig.	Ket
Pelayanan prima (X1)	Tingkat Penjualan (Y)	0,278	0,447	5,425	0,000	Positif signifikan
Harga (X2)		0,269	0,423	5,124	0,000	Positif signifikan
R = 0,784						
R Square = 0,615						
F = 74,353 signifikansi 0,000						

Berdasarkan tabel 2 (hasil perhitungan regresi linear berganda) diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,631 + 0,278X_1 + 0,269X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai *constan* (a) = 3,631

Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat sebesar 3,631 atau dengan kata lain variabel penjualan (Y) akan konstan sebesar 3,631 jika tidak dipengaruhi pelayanan prima (X₁), harga (X₂).

b. Pelayanan prima (X₁) terhadap penjualan (Y) / b₁ = 0,278

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Pelayanan prima (X1)	0,608	1,644	Bebas <i>multikolinearitas</i>
Harga (X2)	0,608	1,644	Bebas <i>multikolinearitas</i>

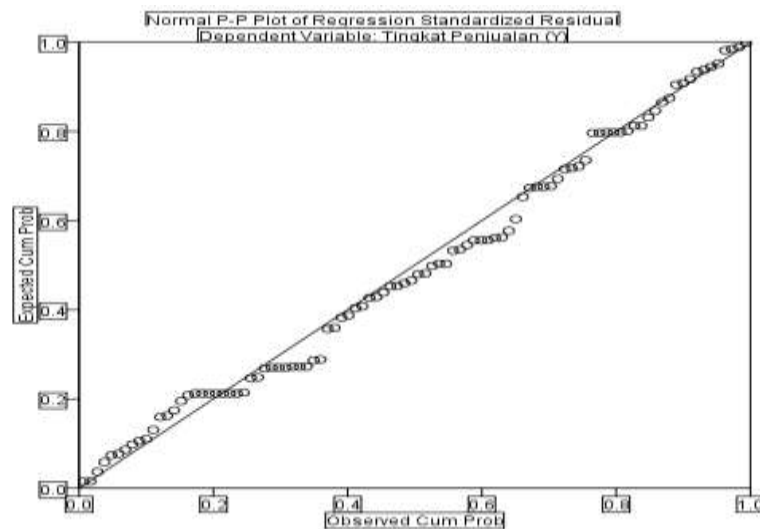
Variabel pelayanan prima (X_1) berpengaruh positif terhadap penjualan (Y) sebesar 0,278, ini berarti jika variabel pelayanan primamengalami kenaikan satu satuan maka penjualan akan naik sebesar 0,278, sebaliknya jika variabel pelayanan prima menurun maka penjualan menurun pula dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (X_2) = 0.

c. Harga (X_2) terhadap penjualan (Y)/ $b_2= 0,269$

Variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap penjualan (Y) sebesar 0,269, ini berarti jika variabel harga mengalami kenaikan satu satuan maka penjualan akan naik sebesar0,269, sebaliknya jika variabel harga menurun maka penjualan menurun pula dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (X_1) = 0.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

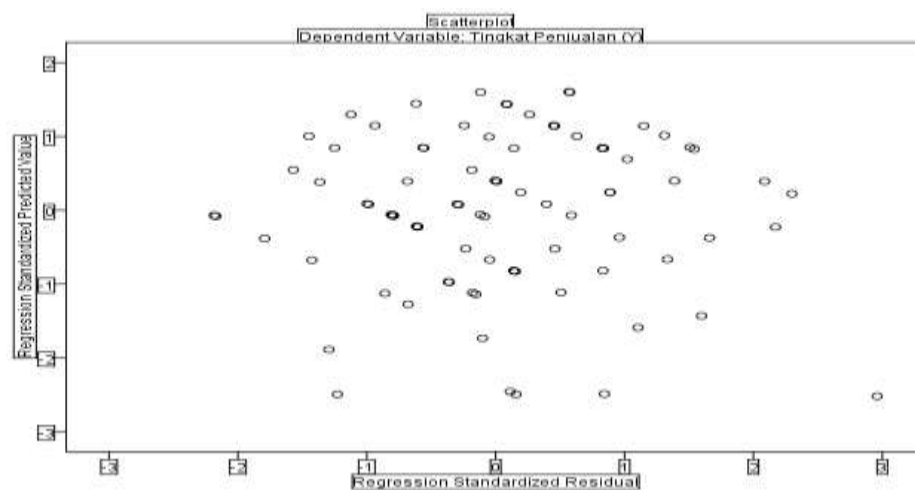
Berdasarkan analisis kurva pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar diagram dan mengikuti regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3 : Hasil uji multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa semua nilai VIF < 10 ini berarti tidak terjadi *multikolinearitas*, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji *multikolinearitas* terpenuhi..

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan uji *heteroskedastisitas* terpenuhi.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Uji statistik t / parsial

Variabel Bebas	T	Signifikansi
Pelayanan prima (X1)	5,425	0,000
Harga (X2)	5,124	0.000

Berdasarkan tabel 4.12 diatas yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan *SPSS(Statistical Package for Social Science)* versi 22, maka

diperoleh Uji-t dari tiap variabel X sebagai berikut:

a) Pelayanan prima(X_1) terhadap penjualan (Y)

Pada perhitungan *SPSS (Statistical Package for Social Science)* dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel pelayanan prima(5,425) > t_{tabel} (1.98552) dan nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,000, sehingga H_1 yang berbunyi variabel pelayanan prima mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan diterima, sedangkan H_0 yang berbunyi variabel pelayanan primatidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan.

b) Harga (X_2) terhadap penjualan (Y)

Pada perhitungan *SPSS (Statistical Package for Social Science)* dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel harga (5,124) > t_{tabel} (1.98552) dan nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,000, sehingga H_1 yang berbunyi variabel *harga* mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan diterima, sedangkan H_0 yang berbunyi variabel harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan.

Pembahasan

Setelah melakukan analisa data, maka langkah selanjutnya yaitu membahas hasil data yang telah diperoleh tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

a. Pengaruh pelayanan prima terhadap penjualan

Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh pelayanan primamemiliki t_{hitung} variabel pelayanan prima(5.425) > t_{tabel} (1,98552) dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan. Hal ini sesuai dengan pendapat bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan (Menurut Barata 2003 : 27) Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa *excellent*

service berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan, (Survei pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Square), (Hapsari dkk,2015).

b. Pengaruh harga terhadap penjualan

Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh harga memiliki t_{hitung} variabel harga (5.124) $> t_{tabel}$ (1,98552) dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan. Hal ini sesuai dengan pendapat Deliyanti Oentoro menyatakan bahwa harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2016). Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Industri Kerupuk Singkong di Desa Bamban Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, (Ismayanti,2016).

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap penjualan pada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddinkota Makassar. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Variabel pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan atau dapat dikatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan atau dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

Saran

Saran-saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan sebagai pemegang hak otoritas pengambil kebijakan, yakni rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar dalam upaya peningkatan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar agar mempertahankan pelayanan primakarena pelayanan prima mampu meningkatkan penjualan.
2. Disarankan kepada rumah makan ayam bakar Wong Solo Alauddin kota Makassar agar mempertahankan harga karena harga mampu meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M.P. 2002. *Dasar- Dasar Pemasaran. Edisi Kedua*. PT Raja Grafindo: Jakarta.
- Anonim. *Usaha Waralaba Asing di Indonesia*, (online), (jurnalizen.blogspot.com, diakses 01 april 2018).
- Anwar, I. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, (online), Vol, 4, No.12, (<https://ejournal.stiesia.ac.id>. Diakses 08 Januari 2018)
- Barata, Atep, Adya. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Cahyono, B, dkk. 2017. *Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Pelayanan prima Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Andinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*, (online), Vol, No, (<https://jurnal.unpand.ac.id>. Diakses 08 Januari 2018).
- Fitriyono, D. 2014. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk, (online), Vol. 3, No. 11, (<https://ejournal.stiesia.ac.id>, diakses 08 januari 2018).
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Anaisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegor. Semarang.
- Hapsari, A.M., Kumadji, S., Abdillah, Y. 2015. *Pengaruh Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (survei Pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Square)*, (online), Vol. 1, No. 2, (download.portalgaruda.org, diakses 09 Januari 2018).
- Hosang, N., Tumbel, A., Moniharapon, S. 2016. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien (studi kasus pada rumah sakit Siloam Manado)*, (Online), Vol. 16, No. 1, (<http://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 09 Januari 2018).
- Ismayanti, D. 2016. Pengaruh produk dan harga terhadap volume penjualan industri kerupuk singkong di desa bamban kecamatan angkinang kabupaten hulu sungai selatan, (Online), Vol. 12, No. 1, (<https://sia.stiepancasetia.ac.id>, diakses 07 Januari 2018).
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid I. Edisi Kedelapan*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler & Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid I. Edisi Ketigabelas*. Erlangga: Jakarta.
- Kukuh, S. 2011. *Pengaruh Variabel Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Morgonda Raya)*, (online), (www.gunadarma.ac.id, Di akses pada tanggal 07 Januari 2018).

- Nurchahyo,F.2016. pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran McDonald's delta plaza Surabaya, (online), vol. 5, No. 4, (<https://ejournal.stesia.ac.id>, diakses 07 Januari 2018).
- Rachman, F. 2014. Pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, (Online), Vol. 3, No.11, (<https://ejournal.stesia.ac.id>, diakses 07 Januari 2018).
- Rahmawati, R. 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*, (online), (download.portalgaruda.org, Di akses pada tanggal 07 Januari 2018).
- Sudaryono.2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wahyono, Budi. 2013. Pendidikan Ekonomi,(online), (www.pendididkanekonomi.com, diakses pada tanggal 10 Januari 2018).
- Weenas, J.R.S. 2013.*Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, (Online), Vol. 1, No. 4, (<https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 07 Januari 2018).