

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Toko Rania)

Rizki Rachmawati Santoso

rzkirachma@gmail.com

Khuzaini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

## ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of product quality, price and service quality on customers' satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan, Surabaya. While, the research was quantitative. Moreover, the population was all customers of Lapis Kukus Pahlawan, Surabaya who had bought more than one. Furthermore, the instrument in data collection technique used questionnaires. Meanwhile, Likert scale was used in the research. For the data collection technique, it used non probability sampling. Additionally, the sampling technique used incidental sampling. In line with, there were 100 respondents as the sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 23.0. According to research result, it concluded that product quality had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan, Surabaya. Likewise, price had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan, Surabaya. Similarly, service quality had a positive and significant effect on customers' satisfaction.*

**Keywords:** product quality, price, service quality, customers' satisfaction

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Lapis Kukus Pahlawan yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert*. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sampling incidental* dan ditetapkan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat uji statistik SPSS versi 23.0. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan lapis Kukus Pahlawan. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan.

**Kata kunci:** kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

## PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini cukup ketat sehingga menuntut setiap pelaku bisnis harus bekerja lebih keras untuk menghadapi tantangan tersebut. Tantangan yang dihadapi diantaranya adalah dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas serta menawarkan harga yang kompetitif agar dapat mempertahankan pangsa pasar. Pelaku bisnis seharusnya mempunyai strategi yang akan digunakan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan, karena jika pelanggan merasa puas dengan produk yang diterima maka akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang (*Re-purchase*), dan secara otomatis akan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan menjadi persaingan ketat saat ini adalah bisnis dalam bidang kuliner terutama pada produk roti dan kue. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya produsen yang menawarkan berbagai jenis produk roti dan kue baru dengan bermacam-macam varian rasa dan ciri khas yang menarik. Dengan demikian para pelaku bisnis roti dan kue dituntut untuk merencanakan strategi-strategi yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar mampu bersaing dan lebih unggul dari para pesaingnya.

Fenomena banyaknya bisnis dalam bidang kuliner saat ini sangat beragam, salah satunya yaitu kue. kue merupakan makanan ringan yang biasanya tidak terdapat pada menu utama. Pada umumnya, kue terbuat dari adonan tepung. Baik itu dari tepung terigu, tepung beras, tepung tapioka, maupun tepung sagu. Kue terbagi menjadi dua macam yaitu kue basah dan kue kering. Kue termasuk produk makanan yang populer di Indonesia dan konsumennya tersebar luas diberbagai lapisan masyarakat. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam kue dengan olahan yang yang bervariasi. Salah satunya yaitu kue khas Surabaya Lapis Kukus Pahlawan.

Lapis Kukus Pahlawan merupakan produk makanan yang di produksi oleh CV Alam Boga Raya yang sudah berdiri sejak Tahun 2015. Dengan menampilkan banyak varian rasa diantaranya Original, Chocopandan, Brownies, Terang Bulan, Strawberry, dan Pisang. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki harga terjangkau yang membuat Lapis Kukus Pahlawan memiliki keunggulan bersaing tersendiri terhadap usaha dengan produk yang sejenis.

Hal ini membuat Lapis Kukus Pahlawan diminati serta menjadi pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan produk sejenisnya. Hingga saat ini Lapis kukus Pahlawan merupakan salah satu produk Kue Lapis yang banyak digemari oleh para pelanggan dan menjadi pilihan oleh-oleh. Dalam penelitian kali ini, peneliti meneliti pada salah satu mitra resmi Lapis Kukus Pahlawan yang berada di Surabaya yaitu di Toko Rania yang berada di Jalan Kedung Cowek No.46 Surabaya. Berikut merupakan daftar penjualan Lapis Kukus Pahlawan pada bulan Januari-September 2020. Sebagaimana nampak pada Tabel 1 berikut :

**Tabel 1**  
**Data Penjualan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Toko Rania**  
**pada Januari-September 2020**

No	Bulan	Penjualan/box
1	Januari	19.000
2	Februari	19.500
3	Maret	20.000
4	April	19.500
5	Mei	19.650
6	Juni	20.100
7	Juli	19.750
8	Agustus	20.250
9	September	20.550
10	Total	176.300

**Sumber : Data Sekunder, 2021(diolah)**

Pada Tabel 1 menunjukkan banyaknya penjualan Lapis Kukus Pahlawan pada bulan Januari-September 2020 yang sempat terjadi ketidakstabilan. Penjualan meningkat pada bulan-bulan awal namun cenderung naik turun pada bulan-bulan terakhir. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan membeli suatu produk yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan juga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis khususnya pada produk Lapis Kukus Pahlawan. Namun disisi lain ada faktor yang mempengaruhi yaitu kompetitor yang memasarkan produk sejenis seperti Brownies Amanda dengan menawarkan kualitas rasa, tekstur dan bentuk roti yang sama sehingga mempengaruhi penjualan produk Lapis Kukus Pahlawan.

Saat ini banyak bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2010:118) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap

kinerja (hasil) yang diharapkan. Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan karena dapat mempengaruhi kenaikan atau penurunan penjualan. Memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan karena dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan akan dapat terpenuhi sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka kemungkinan akan kembali membeli produk yang sama. Sebaliknya pelanggan yang merasa tidak puas akan memilih untuk membeli produk atau jasa yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang sebelumnya. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah ini adalah : (1) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya ?; (2) apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya ?; (3) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya ?. Dan dari rumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya; (2) untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya; (3) untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Pengertian Pemasaran**

Kotler dan Armstrong (2014:27) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah sebuah proses dimana pelaku bisnis menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun suatu hubungan yang kuat dengan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan nilai dari konsumen sebagai imbalannya. Menurut Hasan (2013:4) pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan konsumen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah aktivitas bisnis suatu individu atau kelompok dalam memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan produk atau jasa yang memberikan nilai bagi konsumen dan juga mendapatkan nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

### **Kualitas Produk**

Kualitas sangat diperlukan untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan. Cara ini ditujukan untuk menjaga agar produk yang diciptakan menghasilkan standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kecewa terhadap produk tersebut. Produk juga memiliki arti penting bagi pelaku bisnis karena tanpa adanya produk, pelaku bisnis tidak dapat menjalankan aktivitas operasionalnya. Konsumen akan membeli produk apabila cocok, oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012:142) mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya termasuk di dalamnya seperti keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan, dipergunakan dan di perbaiki serta atribut bernilai lainnya. Apabila suatu produk sesuai dengan fungsinya maka dapat dikatakan produk tersebut berkualitas.

## Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:128) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang diminta oleh suatu perusahaan untuk suatu produk atau jasa. Pengertian harga secara luas yaitu jumlah semua nilai yang diberikan kepada pelanggan dalam memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan suatu produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2014:320) keputusan penetapan harga adalah pemilihan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tingkat harga yang berlaku untuk produk atau jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga yang ditetapkan oleh pesaing, serta mempunyai peran strategis yang krusial dalam menunjang penerapan strategi pemasaran. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap proses pembelian yang dilakukan oleh setiap pelanggan dalam kebutuhan, keinginan, serta memperoleh kepuasan.

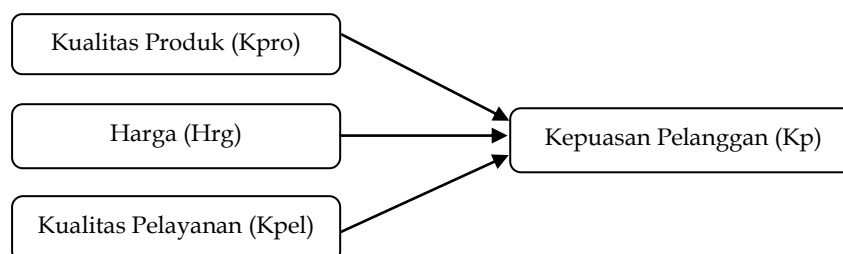
## Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) definisi dari kualitas layanan bertujuan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan konsumen. Menurut Parasuraman *et al.*, (dalam ratsnasari dan Aksa, 2011:107) jika hasil yang didapatkan lebih dari yang diharapkan, maka suatu layanan dapat dikatakan berkualitas, sedangkan jika hasil dari layanan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak berkualitas. Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dengan tujuan untuk memnuhi harapan pelanggan sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

## Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2010:118) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Apabila produk tersebut jauh dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka akan timbul kepuasan (Sangadji dan Sopiah, 2013:181). Dari definisi kepuasan pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara kinerja (hasil) produk dengan kesesuaian harapan pelanggan setelah melakukan pembelian. Jika produk atau jasa melampaui harapan maka akan memberikan kepuasan. Sebaliknya jika produk tersebut jauh dari harapan maka akan timbul ketidakpuasan pelanggan.

## Rerangka Konseptual



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Produk merupakan sesuatu yang pertama kali dilihat pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar dan bebas cacat (Tjiptono dan Chandra, 2012:74). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Umami *et al.*, (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tetap menjadi pertimbangan pelanggan meskipun hasilnya tidak signifikan. Sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas produk sebagai variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksmono *et al.*, (2016) mengungkapkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:  
**H<sub>1</sub>** : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:128) harga sebagai sejumlah uang yang diminta oleh suatu perusahaan untuk suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan salah satu elemen yang paling dapat dikatakan fleksibel dari bauran pemasaran. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zakaria *et al.*, (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan bahwa harga mempunyai peran sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rositawati *et al.*, (2016) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa produk yang harganya tinggi akan tetapi tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>** : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Perusahaan yang mampu memberi pelayanan yang berkualitas dan mampu memenuhi harapan konsumen diharapkan dapat meningkatkan kepuasan. Menurut Bilgies (2016:83) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan tercipta kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati *et al.*, (2017) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho *et al.*, (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

**H<sub>3</sub>** : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat antar variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Adapun metode penelitian ini dengan menggunakan metode *survey* yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuisisioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang menjadi sampel penelitian.

### Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas (*infinite*). Adapun populasinya yaitu seluruh pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya yang sudah membeli produk lebih dari satu kali.

### Penentuan Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas (*infinite*). Selain itu jumlah populasi tidak diketahui. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan formula lemeshow (Arikunto, 2010:73) dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Harga standar normal (1,976)

P = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Interval/ penyimpangan

q = 1-p

jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 97,5 \text{ Di bulatkan menjadi 100 responden.}$$

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *metode non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012:125) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling incidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun kriteria responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah: (1) Pembeli dengan usia minimal 15 Tahun; (2) Pembeli Lapis Kukus Pahlawan yang melakukan pembelian lebih dari satu kali pada outlet Toko Rania.

### Sumber Data

Jenis sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer yang di gunakan dalam penelitian ini berasal dari data kuesioner tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang di isi secara langsung oleh pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2012:192) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Tujuan pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah *skala likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93).

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel Independen**

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:59). Variabel independen yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

#### **Kualitas Produk**

Menurut Fiani dan Japarianto (2012:1) terdapat sembilan indikator untuk mengukur kualitas makanan, yaitu : warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, rasa. Namun peneliti menggunakan empat dari sembilan indikator tersebut, diantaranya : (1) Warna, (2) Penampilan, (3) Tekstur, (4) Rasa.

#### **Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:128) harga adalah sejumlah uang yang diminta oleh suatu perusahaan untuk suatu produk atau jasa. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur harga menurut Stanton (dalam Lembang, 2010:24) yaitu : (1) Keterjangkauan Harga, (2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, (3) Daya Saing Harga, (4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

#### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2014:282) indikator-indikator kualitas pelayanan yaitu : (1) *Tangible* (Bukti Fisik), (2) *Realibility* (Keandalan), (3) *Responsiveness* (Tanggapan), (4) *Assurance* (Jaminan), (5) *Empathy* (Empati).

#### **Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2012:59). Variabel dependen yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

#### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2010:118) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014:368) yaitu : (1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), (2) Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectation*), (3) Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*), (4) Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommended*).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh melalui penelitian, observasi, wawancara, pencatatan dan dokumen riset. Menurut Sugiyono (2012:333) mengatakan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif

menggunakan teknik analisis data yang diarahkan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan, setelah data berhasil dikumpulkan maka langkah selanjutnya adalah data tersebut dianalisa dengan metode statistik.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kesesuaian antar variabel independen dan dependen. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika apabila pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika mempunyai validitas yang tinggi yaitu korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan sebaliknya instrumen dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (Sugiyono, 2014:384). Berikut hasil pengujian validitas dengan perhitungan koefisien korelasi pearson yang diolah dengan bantuan program SPSS 23.0.

Tabel 2  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (Kpro)	Kpro <sub>1</sub>	0,820	0,1966	Valid
	Kpro <sub>2</sub>	0,892	0,1966	Valid
	Kpro <sub>3</sub>	0,889	0,1966	Valid
	Kpro <sub>4</sub>	0,897	0,1966	Valid
Harga (Hrg)	Hrg <sub>1</sub>	0,847	0,1966	Valid
	Hrg <sub>2</sub>	0,858	0,1966	Valid
	Hrg <sub>3</sub>	0,877	0,1966	Valid
	Hrg <sub>4</sub>	0,843	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan (Kpel)	Kpel <sub>1</sub>	0,721	0,1966	Valid
	Kpel <sub>2</sub>	0,778	0,1966	Valid
	Kpel <sub>3</sub>	0,845	0,1966	Valid
	Kpel <sub>4</sub>	0,784	0,1966	Valid
	Kpel <sub>5</sub>	0,743	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP <sub>1</sub>	0,817	0,1966	Valid
	KP <sub>2</sub>	0,800	0,1966	Valid
	KP <sub>3</sub>	0,897	0,1966	Valid
	KP <sub>4</sub>	0,789	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari hasil uji validitas maka dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada setiap indikator dari keseluruhan variabel yang terdiri dari kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan sudah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, yaitu berarti bahwa seluruh item dari setiap pernyataan pada kuesioner tersebut valid.

#### Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *One Shot* atau pengukuran sekali. Pengukuran dilakukan sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 (Sugiyono, 2014:384). Berdasarkan dari hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 23.0 terdapat pada tabel 3 berikut:



**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Hasil Perhitungan Cronbach Alpha	Cronbach Alpha (a)	Keterangan
Kualitas Produk (KPro)	0,909	0,60	Reliabel
Harga (Hrg)	0,878	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan(KPel)	0,831	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (KP)	0,844	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah (2021)

Dari hasil uji reliabilitas maka dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach Alpha dari keseluruhan variabel yang di uji memiliki nilai diatas  $\geq 0,60$ . Sehingga dapat diketahui bahwa seluruh variabel di penelitian ini lolos dalam uji reliabilitas dan dinyatakan “reliabel”.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*). Menurut Ghozali (2018:96) analisis regresi merupakan studi yang mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil pengujian regresi linier berganda dihitung menggunakan SPSS 23.0, diperoleh data pada tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,252	,974	
KPro	,361	,073	,433
Hrg	,272	,102	,260
Kpel	,234	,093	,240

Sumber:Data Primer, diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang diinterpretasikan sebagai berikut:

$$KP = 1,252 + 0,361KPro + 0,272Hrg + 0,234KPel + e$$

- Konstanta = 1,252 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 1,252. Artinya tanpa melihat variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1,252.
- Nilai koefisien regresi kualitas produk (KPro) sebesar 0,361 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada lapis kukus pahlawan surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan yang searah, artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan pula dan begitu sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi harga (Hrg) sebesar 0,272 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel harga dengan kepuasan pelanggan pada lapis kukus pahlawan surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan yang searah, artinya jika penetapan harga baik dan sesuai dengan produk yang di tawarkan maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan pula dan begitu sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (KPel) sebesar 0,234 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada lapis kukus pahlawan surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan

yang searah, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan pula dan begitu sebaliknya.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data tersebut distribusi normal, dapat diuji dengan metode Kolmogorov maupun pendekatan grafik.

1. Hasil uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov smirnov:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7	0E-7
	Std. Deviation	1,54982417	,98473193
	Absolute	,072	,072
Most Extreme Differences	Positive	,072	,072
	Negative	-,040	-,040
	Kolmogorov-Smirnov Z	,722	,722
Asymp. Sig. (2-tailed)		,674	,674

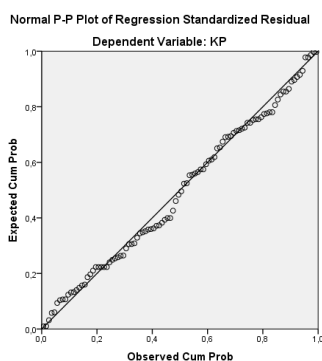
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Berdasarkan pada Tabel 5 tersebut menunjukkan bahwa nilai dari Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,722 dengan nilai Asymp sig (signifikansi) sebesar 0,674 yang berarti bahwa variabel dalam penelitian telah terdistribusi normal karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

2. Hasil Uji Normalitas menggunakan pendekatan grafik dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot**  
Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari Gambar 2 tersebut dapat diketahui bahwa hasil dari grafik uji normalitas dalam penelitian ini data telah menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan jika pola data telah terdistribusi normal, maka model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi uji normalitas.

### Uji Multikolinieritas

multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018:107). Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai *cut off* yang menunjukkan nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10. Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan alat hitung SPSS 23.0 diperoleh hasil :

Tabel 6  
Hasil Uji Multikolinieritas

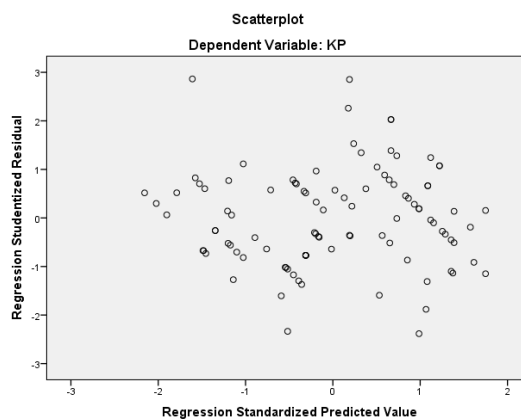
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
KPro	,340	2,944	Bebas Multikolinieritas
Hrg	,270	3,967	Bebas Multikolinieritas
Kpel	,281	3,555	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Berdasarkan pada Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,0 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan tidak terjadi Multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika nilai signifikannya > 0,05 maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot dengan hasil pada Gambar 3 sebagai berikut :



Gambar 3  
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik P-Plot  
Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari Gambar 3 tersebut dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta data berupa titik-titik telah menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Menurut Ghozali (2018:96) uji F digunakan untuk menguji apakah variabel inependen berhubungan linier terhadap variabel independen. Dalam pengambilan keputusan uji F membandingkan nilai F dengan signifikansi. Penulis menggunakan tingkat

kepercayaan sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai  $F > 0,05$  maka model tersebut tidak layak. Sebaliknya jika nilai  $F \leq 0,05$  maka model tersebut layak sehingga dapat dilakukan analisis. Hasil uji F model regresi dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	722,046	3	240,686	97,166	,000b
Residual	237,794	96	2,477		
Total	959,840	99			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors (Constant), Kpel, Kpro, Hrg

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari Tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 97,166 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hal ini menunjukkan variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan telah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (terikat) sangat terbatas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (terikat). (1) Jika  $R^2$  mendekati 1 (semakin besar nilai  $R^2$ ) maka menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan analisis berikutnya. (2) Jika  $R^2$  mendekati 0 (semakin kecil nilai  $R^2$ ) maka menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini tidak layak dan tidak dapat digunakan analisis selanjutnya. Hasil Uji koefisien determinasi untuk model regresi dapat dilihat tabel 8 sebagai berikut :

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0,867	0,752	0,745	1,574

a. Predictors: (Constant), Kpel, KPro, Hrg

b. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,752 atau sebesar 75,2% yang berarti bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 75,2% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 24,8% yaitu di dapat dari ( $100\% - 75,2\% = 24,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian

### Uji Hipotesis (uji t)

Ghozali (2018:98) mengemukakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen (bebas) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Dasar pengambilan keputusan untuk uji t dengan signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka

variabel independen (bebas) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). (2) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka variabel independen (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Hasil Uji Hipotesis (Uji t) untuk model regresi dapat dilihat tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9  
Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Hipotesis	Hubungan Variabel	Standarize Coefficient	Sig-Value	*Sig	Putusan
1	Kpro → KP	0,433	0,000	0,05	Signifikan
2	Hrg → KP	0,260	0,009	0,05	Signifikan
3	Kpel → KP	0,240	0,014	0,05	Signifikan

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Dari tabel 9 maka dapat diketahui hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. pengaruh KPro terhadap KP menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficients*) positif sebesar 0,433 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena *Sig-Value* (0,000) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti signifikan. Dengan demikian  $H_a$  yang diajukan "Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan".
2. pengaruh Hrg terhadap KP menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficients*) positif sebesar 0,260 dan *Sig-Value* sebesar 0,009. Oleh karena *Sig-Value* (0,009) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti signifikan. Dengan demikian  $H_a$  yang diajukan "Harga mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan".
3. pengaruh KPel terhadap KP menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficients*) positif sebesar 0,240 dan *Sig-Value* sebesar 0,014. Oleh karena *Sig-Value* (0,014) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terbukti signifikan. Dengan demikian  $H_a$  yang diajukan "kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan".

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya kepada konsumen seperti rasa yang enak, tekstur dan tingkat kematangan yang baik, varian rasa lapis kukus yang banyak, warna yang menggugah selera makan dan topping yang beragam akan meningkatkan kepuasan pada diri konsumen karena konsumen tidak bosan dan banyak pilihan untuk membeli dan menikmati Lapis Kukus Surabaya .

Hasil penelitian ini sejalan dengan tiga peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti Umami (2017) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe". Dan kedua penelitian yang di lakukan oleh Wijaya (2017) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy". Menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan penelitian yang di lakukan Laksmono (2016) yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Steak di Punggawan Surakarta". Menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi penetapan harga di berlakukan oleh Lapis Kukus Pahlawan Surabaya kepada para pelanggannya akan dapat meningkatkan kepuasan pada diri pelanggannya. Karena harga merupakan tolak ukur konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkannya, jika harga itu sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen bahkan sampai lebih dari ekspektasi yang di harapkan terhadap produk tersebut, akan dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang sehingga secara tidak langsung dapat membangun kepuasan pada diri pelanggan yang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan dua peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti Umami (2017) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe". Dan kedua penelitian yang di lakukan oleh Wijaya (2017) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy". Menyatakan bahwa harga berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan dua penelitian yang dilakukan oleh Rositawati (2016) dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna PT. Rosalia Indah Transport". Dan yang kedua penelitian yang di lakukan oleh Kurniawati (2019) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember". Menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa semakin baik sarana prasarana dan kinerja karyawan dari Lapis Kukus Pahlawan surabaya akan meningkatkan minat konsumen untuk datang dan membeli Lapis Kukus Pahlawan di Toko Rania Surabaya, sehingga kepuasan pelanggan akan dapat terpenuhi dengan baik. sarana prasarana seperti parkir yang luas, akses menuju Toko Rania yang lancar, alamat yang mudah di temukan dan kebersihan dan kenyamanan Toko yang terjamin sehingga konsumen yang datang bisa merasa nyaman. Kinerja karyawan yang memadahi seperti cepat tanggap dalam menangani keluhan dari konsumen, ramah dan sopan dalam melayani, memahami dan menjelaskan tentang produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya dengan baik dan jelas sehingga pelanggan yang datang merasa mendapatkan perlakuan yang istimewa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan tiga peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti Umami (2017) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe". Dan kedua penelitian yang di lakukan oleh Wijaya (2017) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy". Dan ketiga penelitian yang di lakukan oleh Kurniawati (2019) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember". Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2016) yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar". Menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan (studi pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Toko Rania), dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Dari aspek kualitas produk Lapis Kukus Pahlawan pelanggan merasa setuju karena memiliki rasa yang enak, tekstur dan tingkat kematangan yang baik, varian rasa lapis kukus yang banyak, warna yang menggugah selera makan dan topping yang beragam sehingga pelanggan tidak bosan dan banyak pilihan untuk membeli dan menikmati Lapis Kukus Surabaya. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Dari aspek harga Lapis Kukus Pahlawan pelanggan merasa harga yang ditawarkan cukup terjangkau. Hal ini berarti strategi harga yang diberikan dapat memperoleh pemasukan yang lebih meningkat serta memberikan kepuasan kepada pelanggannya. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Pada aspek kualitas pelayanan di "Toko Rania" Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, pelanggan merasa setuju dengan pelayanan yang cepat. Hal ini berarti kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang profesional kepada pelanggan dan bukti nyata dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut : (1) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 variabel yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. (2) Populasi yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu hanya pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut : (1) Bagi pihak pengelola atau owner "Toko Rania" Lapis Kukus Pahlawan Surabaya dapat meningkatkan tingkat kualitas pelayanan yang prima karena kualitas pelayanan memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Bagi peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi lagi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti lokasi, promosi atau bauran pemasaran lainnya yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bilgies, A.F. 2016. Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri* 1(1):78-90.
- Fiani, M., dan E. Japarianto. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Management Pemasaran*. Vol 1(1):1-6.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran Analysis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengalihan*. Jilid Satu. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_.dan G. Amstrong. 2014. *Principles Of Marketing*. Twelfth Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- \_\_\_\_\_.dan K.L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 & 2. PT.Indeks. Jakarta.

- Kurniawati, T., B. Irawan., A. Prasojo. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi dan Akuntansi* 6(1):147-151.
- Laksmono, Z.S., A. Suddin., Sutarno. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Steak di Punggawan Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 8:170-176.
- Nugroho, C.H., Sunarso., S.S. Utami. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sfa Steak dan Resto di Klodran Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 16(3) : 364-371.
- Rabiah. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *E-journal Administrasi Bisnis* 8(1):65-74.
- Ratnasari, R.T. dan M.H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Rositawati, A.R., U. Sriwiodo., R. Susanti. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna PT.Rosalia Indah Transport. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 16(1):94-101.
- Santoso, S. 2011. *Statistik Multivariat*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. PT. Alfabet. Bandung.
- Suwardi. 2011. "Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan" Politeknik Negeri Semarang. Semarang.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. dan \_\_\_\_\_. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umami, R., A. Rizal., Sumartik. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe cafe. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 15(2):250-257.
- Wijaya, C.V. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Jurnal Agora* 5(1).
- Yanuar, M.M., N. Qomariah., B. Santoso. 2017. Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 3(1):61-80.