

## PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA DEPOT BAKSO ROYAL SURABAYA, CABANG SIDOTOPO WETAN KECAMATAN KENJERAN

**Tarisma Hany Rachmadani**

*tarismaa01@gmail.com*

**Anton Eko Yulianto**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesian (STIESIA) Surabaya**

### ABSTRACT

*Depot Bakso Royal was selected for research because it sells different types of processed meat dumplings and chicken noodles. In addition, the menu is a little different from other stores. Bledak Meatballs, Buto Mix Meatballs, Quail Egg Meatballs, Buto Jude Meatballs, Buto Salted Egg Meatballs, etc., have captured consumer attention. Therefore, this study aimed to find out the impact of price, service quality and product quality on customer satisfaction. The research was quantitative. Also, the population was the customers of his Royal Depot at Sidtopowetang branch in Surabaya, his Bakso. Data was primary. Furthermore, the data collection technique used non-probabilistic sampling with targeted sampling as the sampling technique. This tool used a questionnaire distributed to 100 respondents. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 25. The results showed that price had a positive and significant impact on customer satisfaction of Depot Bakso Royal, Sidotopo Wetang branch in Surabaya. Similarly, at Depo Bakso Royal in Surabaya's Sidotopo Wetang branch, service quality had a significant positive impact on customer satisfaction. Similarly, at Depo Bakso Royal in Surabaya's Sidotopo Wetang branch, product quality had a significant positive impact on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Price, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction*

### ABSTRAK

Depot Bakso Royal dipilih untuk penelitian karena menjual berbagai jenis olahan pangsit daging dan mie ayam. Selain itu, menunya sedikit berbeda dengan toko lain. Bakso Bledak, Bakso Campur Buto, Bakso Telur Puyuh, Bakso Judes Buto, Bakso Telur Asin Buto, dll telah menyita perhatian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Selain itu, populasinya adalah pelanggan dari Royal Depot cabang Sidotopo wetan di Surabaya, Bakso miliknya. Data adalah yang utama. Selanjutnya teknik pengumpulan data menggunakan non-probabilistic sampling dengan teknik sampling target sampling. Alat ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Selain itu teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetang Surabaya. Demikian pula di Depo Bakso Royal cabang Sidotopo Wetang Surabaya, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula di Depo Bakso Royal cabang Sidotopo Wetang Surabaya, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

### PENDAHULUAN

Pada saat ini kemajuan perekonomian di Indonesia sudah sangat berkembang pesat. Salah satu bentuk kemajuan perekonomian di Indonesia semakin maraknya sektor - sektor bisnis baru, seperti hal nya bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat saat ini yang muncul seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis kuliner lebih berkembang dan tepat sasaran. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang.

Persaingan bisnis di bidang kuliner semakin ketat, dengan semakin banyaknya restoran, rumah makan, dan warung makan serta depot yang tersebar di berbagai tempat. Dengan begitu pelaku bisnis kuliner di haruskan dapat memperhatikan strategi pemasaran serta peningkatan kualitas produk. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah membeli produk mereka. Pengusaha atau pemilik modal juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan output – produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa bila membeli output tersebut. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan.

Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik baik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang baik dari mulut ke mulut (*mouth of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Penelitian ini memberikan penjelasan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh kepada loyalitas konsumen yang didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan pembelian kembali. Berdasarkan data dari pemilik yang selalu merangkum atau mencatat komplain pelanggan selama beberapa bulan dari bulan Januari hingga Oktober setiap tahunnya. Peneliti memilih menggunakan data komplain pada tahun 2022, maka didapatkan data sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Data Hasil Komplain Pelanggan Depot Bakso Royal Cab. Sidotopo Tahun 2022**

BULAN	JENIS KOMPLAIN		
	Ketepatan Waktu Penyajian Pesanan	Kebersihan Tempat Depot Bakso Royal	Penataan Lahan Parkir Kurang Teratur
JANUARI	2	1	3
FEBRUARI	3	4	4
MARET	4	4	5
APRIL	4	5	7
MEI	5	5	7
JUNI	5	6	6
JULI	5	7	7
AGUSTUS	6	8	6
SEPTEMBER	6	7	9
OKTOBER	10	15	20
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	<b>67</b>

Sumber : Pemilik usaha Depot Bakso Royal data komplain, 2022

Pada data komplain diatas menunjukkan jumlah komplain terhadap Depot Bakso Royal Cab. Sidotopo Wetan tahun 2022 masih sangat tinggi dan terus meningkat. Bentuk komplain terbanyak yang diterima adalah penataan lahan parkir yang kurang teratur. Hal ini

disebabkan karena Depot Bakso Royal Cab. Sidotopo Wetan tidak menyediakan juru parkir dan menerapkan sistem parkir gratis. Dan komplain lainnya diurutkan ke dua yaitu kebersihan tempat Depot Bakso Royal, urutan data komplain terakhir yaitu ketepatan waktu penyajian pesanan. Sebaiknya Depot Bakso Royal dapat lebih memperhatikan keluhan konsumen seperti pada data diatas, karena berbagai komplain atau keluhan akan dapat mempengaruhi tingkat penjualan serta kepuasan konsumen.

Pada saat yang bersamaan pengaruh penetapan harga adalah permasalahan yang dihadapi banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang berorientasi pada biaya daripada nilai bagi pelanggan, serta penetapan harga tidak termasuk bauran pemasaran ke dalam perhitungannya.

Kualitas layanan yang di berikan juga menjadi tujuan dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan terhadap Depot Bakso Royal. Menurut Tjiptono (dalam Pipit, 2020:116) menjelaskan bahwa kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan layanan yang diharapkan. Dari kutipan tersebut dapat di simpulkan bahwa kualitas layanan adalah suatu usaha untuk memberikan kepada setiap pelanggan yang mengharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas layanan diharapkan dapat menciptakan hubungan baik dengan konsumen. Hal tersebut dikarenakan konsumen lebih merasa nyaman dan di perhatikan sebagai pembeli dengan adanya pelayanan yang baik dan ramah.

Menurut Kotler dan Keller (2012:117), "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa yang muncul karena membandingkan kinerja yang dirasakan dari produk atau hasil dengan harapan mereka". Perusahaan akan berhasil mendapatkan konsumen dalam jumlah besar jika dinilai mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, termasuk hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi baik, serta meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan, bahkan mampu membuat rekomendasi dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai harga terhadap kepuasan pelanggan telah dilakukan sebelumnya. Shantikarini dan Firdaus (2016) Berdasarkan hasil yang di dapat dari penelitian dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan secara empiris tidak memperkuat penelitian sebelumnya, Kualitas produk sangat berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan tentunya sesuai dengan harapan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono dan Ayu (2021) variabel harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso Pak Miad. Namun untuk variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan. Diantara variabel yang berpengaruh diperoleh variabel kualitas produk merupakan variabel dominan. Serta dapat diperoleh hasil ketiga variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan Latar belakang penelitian yang diuraikan oleh penulis diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan ?; (2) Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan ?; (3) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan ?, sedangkan tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan; (3) Untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh dari Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Harga**

Menurut Assauri (dalam Ragasya 2022:347) harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Sedangkan Menurut (Kotler 2001:439), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa arti yaitu harga menjadi nilai dalam jual beli produk dan jasa, dengan harga yang ditawarkan tersebut cocok terhadap konsumen sehingga dapat menimbulkan kepuasan terhadap apa yang sudah konsumen atau pelanggan beli dan sebagai komponen strategi bauran pemasaran yang harus dipertimbangkan secara konsisten oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau derajat sesuatu baik itu berupa produk maupun jasa. Sedangkan layanan sendiri memiliki arti yaitu aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, namun tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Sehingga jika kedua pengertian tersebut digabungkan maka menghasilkan kualitas layanan, kualitas layanan itu sendiri memiliki arti yaitu landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:83) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk dan karakteristik lainnya. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Produk adalah elemen pertama dan terpenting dalam bauran pemasaran. Strategi kualitas produk membutuhkan pengambilan keputusan yang terkoordinasi dalam bauran produk, lini produk, merek, serta pengemasan dan pelabelan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2019:116) kepuasan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik dalam pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya, kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam pemasaran, baik bisnis maupun nirlaba. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

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

Harga adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Kotler (2001:439), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Harga juga menjadi indikator penilaian dari pelanggan pada saat pelanggan memutuskan dan menikmati produk atau jasa tersebut. Harga memiliki sifat fleksibel dan dapat berubah-ubah mengikuti kondisi pasar. Maka tidak jarang jika sebuah produk memiliki harga yang lebih besar dari nilai produk, apabila pelanggan menganggap produk atau jasa tersebut sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan maka timbul kepuasan setelah membeli produk atau jasa tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Hastuti (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Saraswati (2021) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

**H<sub>1</sub>** : Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Depot Bakso Royal.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas layanan memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik pada pelanggan. Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan jika layanan pada perusahaan tersebut diterima dan melampaui harapan pelanggan, sebaliknya jika layanan yang diberikan oleh perusahaan diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka dapat disimpulkan buruk oleh pelanggan. Kualitas layanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan berpengaruh terhadap pembelian ulang oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2021) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian menurut Wicaksono, Laksanawati, dan Ningsih (2021) membuktikan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**H<sub>2</sub>** : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Depot Bakso Royal.

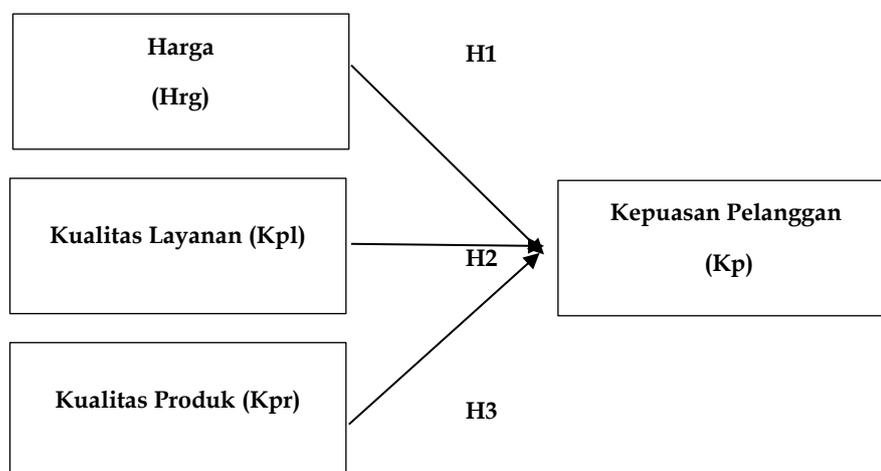
### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas produk juga memiliki peran yang penting dalam kepuasan pelanggan pada sebuah perusahaan. Kualitas produk ini sering digunakan sebagai indikator penilaian oleh pelanggan. Menurut Kotler and Armstrong (2012:283) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk dan karakteristik lainnya. Kualitas produk dapat mempengaruhi persaingan di target pasar maka harus sesuai dengan daya beli pelanggan dan kebutuhan perusahaan untuk mencapai keuntungan. Semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Sebaliknya jika suatu kualitas produk kurang baik dapat menimbulkan hilangnya kepercayaan pelanggan terhadap produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Thawil (2019) membuktikan kualitas produk memiliki hubungan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maka tidak bisa terpisahkan dalam penentuan kepuasan pelanggan.

**H<sub>3</sub>** : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Depot Bakso Royal.

### Rerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian teori pada bab sebelumnya maka rerangka konseptual pada penelitian ini dapat ditunjukkan dengan gambar berikut ini :



**Gambar 1**  
Rerangka Konseptual

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel, menguji teori, serta membangun hipotesis yang memiliki keterhubungan fenomena alam yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menikmati produk atau jasa yang diberikan Depot Bakso Royal yang bertempat di jalan Sidotopo Wetan 1 Luar No. 44 Surabaya dan dilihat dari jumlahnya yang termasuk dalam populasi tidak diketahui secara pasti (infinite).

### Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, namun populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan non probability sampling dengan jenis teknik purposive sampling. Menurut Sudana dan Setianto (2018:92) purposive sampling adalah satu-satunya yang bisa memberikan informasi yang dibutuhkan maupun karena mereka memenuhi beberapa kriteria yang akan ditetapkan oleh peneliti. Jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti karena akan sangat besar dan tidak ada batasan, maka dari itu untuk dapat menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow (dalam (Arikunto 2010), yaitu :

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

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

Z = Nilai standar normal dengan alpha tertentu (1,976)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Interval atau penyimpangan (0,10)

q = 1 - p

Maka untuk mengetahui jumlah sampel, digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 97,6$$

n = 97,6 disesuaikan menjadi 100 responden.

Jadi, dari hasil perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data primer yaitu metode kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, yang dimana jawaban responden telah dibatasi dengan adanya alternatif jawaban yang telah ditentukan. Pengukuran nilai kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono 2004) metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diterapkan dari responden.

### **Variabel dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian adalah karakter, atribut atau segala sesuatu yang terbentuk atau yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian sehingga mempunyai variasi antara satu objek yang satu dengan objek yang lain dalam satu kelompok tertentu kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel operasional dalam penelitian ini adalah :

#### **Harga**

Harga merupakan salah satu alasan yang dapat mempengaruhi konsumen yang tentunya sebelum melakukan pembelian terhadap produk. Menurut Kotler (dalam Indrasari, 2019:42) terdapat empat indikator yang mencirikan harga. Keempat indikator tersebut adalah: a) keterjangkauan harga, b) kesesuaian harga, c) daya saing harga, d) manfaat.

#### **Kualitas Layanan**

Kualitas Layanan merupakan suatu kemampuan dalam memberikan pelayanan dan tingkat keandalan terbaik dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:174-175) ada empat indikator yang digunakan konsumen untuk dapat menilai kualitas layanan sebagai berikut: a) keandalan, b) kesadaran, c) ketepatan, d) perhatian.

#### **Kualitas Produk**

Kualitas Produk merupakan nilai jual yang paling vital karena dari sini kepuasan pelanggan terhadap apa yang mereka keluarkan untuk konsumen akan memberikan persepsi terhadap produk dan memutuskan pembelian jika produk tersebut baik, enak, serta berkualitas. Indikator kualitas produk menurut Ayuningtyas & Santoso (dalam Magdalena 2020) sebagai berikut: a) banyak sajian, b) bau hidangan, c) citarasa.

## **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu bentuk upaya dalam memberikan segala hal yang dapat menunjang timbulnya kepuasan pelanggan yang menikmati produk tersebut. Menurut Tjiptono ( dalam Indrasari, 2019:9) Pada umumnya mengukur kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator-indikator yakni: a) kesesuaian harapan, b) minat berkunjung kembali, c) kesediaan merekomendasikan.

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Validitas**

Uji Validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Menurut (Sugiyono 2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data kuisioner yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian validitas menggunakan korelasi pearson dalam hal ini untuk menguji validitas instrumen penelitian ini sebesar 0,05. Apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur hasil kuesioner tersebut apakah dapat dipercaya atau tidak. Jika suatu kuesioner dapat dikatakan riabel jawaban dari responden terhadap sebuah pertanyaan yaitu stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Menurut (Ghozali 2016) uji reliabilitas atau uji kehandalan adalah uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner. a) Jika nilai Cronbach alpha > 0,60 maka kuesioner tersebut bisa dikatakan reliabel, b) Jika nilai Cronbach alpha < 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

### **Analisis Linier Berganda**

Menurut Sanusi (2011) analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Pada penelitian regresi linier berganda menguji pengaruh harga, kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$KP = \alpha + \beta_1 Hrg + \beta_2 Kpl + \beta_3 Kpr + e$$

Keterangan:

$\alpha$	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien Regresi
KP	= Kepuasan Pelanggan
Kpl	= Kualitas Layanan
Kpr	= Kualitas Produk
Hrg	= Harga
e	= Kesalahan (error)

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari masing-masing variabel distribusi normal atau tidak. Model regresi yang tepat adalah model regresi yang memiliki distribusi yang normal sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalisasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Analisis grafik merupakan suatu cara yang mudah untuk menilai normalitas residual dengan distribusi normal. Analisis grafik yang andal dalam

menguji normalitas data dapat melihat histogram dan normal probability plot. Apabila titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka pola distribusi dapat dikatakan normal sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas. Dalam uji normalitas ini juga menggunakan metode uji kolmogorov smirnov, dikatakan normal jika hasil signifikan  $> 0,05$  maka dapat diartikan data residual distribusi normal.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas adalah alat uji yang bertujuan mendeteksi apakah model regresi penelitian ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (harga, kualitas layanan dan kualitas produk) atau tidak. Menurut (Sudana and Setianto 2018) untuk mendeteksi adanya potensi multikolinieritas, menu SPSS menyediakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Jadi dapat disimpulkan bahwa apabila nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) tinggi. Menurut Ghazali (dalam Afif, 2019) adalah jika nilai toleran  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$  maka tidak ada multikoleniaritas di antara variabel independen. Sebaliknya, jika nilai toleran  $\leq 0,10$  atau nilai VIF  $\geq 10$  maka ada multikoleniaritas di antara variabel independen.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah alat uji yang bertujuan untuk mengetahui sebuah model terjadi karena ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan. Menurut Sudana dan Setianto (2018:154) Grafik scatterplot menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu, yang mengindikasikan bahwa residual error memiliki varian yang konstan atau disebut homoskedastisitas. Ada pula dasar analisis dalam pengambilan sebuah kepuasan yaitu : a) Apabila ada pola tertentu, misal adanya titik - titik yang membentuk pola teratur, maka dapat diartikan model regresi telah terjadi heteroskedastisitas. b) Apabila ada pola yang sangat jelas dan ada titik - titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diartikan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Uji Kelayakan Model**

#### **Uji f**

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Menurut Ghazali (dalam Afif, 2019) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Jika nilai signifikan F  $> 0,05$  maka dapat diartikan bahwa model ini tidak layak menjelaskan variabel independen terhadap dependen. Jika nilai signifikan F  $< 0,05$  maka dapat diartikan model ini layak digunakan untuk menjelaskan variabel independen terhadap dependen.

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

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan adanya variabel-variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara  $0 < R^2 < 1$ . Nilai koefisien determinasi yang mendekati maka memiliki arti variabel independen bisa memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan jika kemampuan variabel independen dalam menjabarkan variabel dependen yang terbatas

### Pengujian Hipotesis ( Uji t )

Dalam menguji pengaruh harga, kualitas layanan, kualitas produk dalam kepuasan pelanggan maka harus melalui uji t. Uji t ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh setiap variabel secara individual dalam menjabarkan variabel dependen. Dalam pengambilan untuk menguji hipotesis menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Maka dapat didapatkan kriteria sebagai berikut : a. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan bantuan software berupa SPSS versi 25, sehingga dapat diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut ini :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Keterangan
Harga (X1)	Hrg.1	0,584	0,195	0,000	VALID
	Hrg.2	0,541	0,195	0,000	VALID
	Hrg.3	0,566	0,195	0,000	VALID
	Hrg.4	0,438	0,195	0,000	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	Kpl.1	0,816	0,195	0,000	VALID
	Kpl.2	0,842	0,195	0,000	VALID
	Kpl.3	0,736	0,195	0,000	VALID
	Kpl.4	0,696	0,195	0,000	VALID
Kualitas Produk (X3)	Kpr.1	0,738	0,195	0,000	VALID
	Kpr.2	0,678	0,195	0,000	VALID
	Kpr.3	0,596	0,195	0,000	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kp.1	0,819	0,195	0,000	VALID
	Kp.2	0,830	0,195	0,000	VALID
	Kp.3	0,614	0,195	0,000	VALID

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari hasil tabel 2 diatas terlihat bahwa setiap indikator pernyataan yang mengukur variabel Harga, Kualitas Layanan, Kualitas produk dan Kepuasan Pelanggan secara keseluruhan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,195.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan kuesioner tersebut dapat dipercaya atau tidak dalam mengukur variabel yang diteliti. Dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , berikut adalah hasil uji reliabilitas :

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

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha (a)	Keterangan
Harga (Hrg)	0,631	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (Kpl)	0,786	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (Kpr)	0,687	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Kp)	0,626	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data hasil pada tabel 3 telah menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini mampu menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada semua variabel tersebut dikatakan layak dan mampu memperoleh data yang konsisten, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam analisis regresi linear berganda ini peneliti menggunakan program software berupa SPSS versi 25 dan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,377	,930		-1,481	,142
Hrg	,104	,051	,113	2,034	,045
Kpl	,528	,044	,715	12,086	,000
Kpr	,278	,058	,238	4,821	,000

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data hasil tabel 4 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$KP = -1,377 + 0,104 Hrg + 0,528 Kpl + 0,278 Kpr + e$$

Hasil dari persamaan regresi linear berganda pada tabel 14 diatas dapat diuraikan atau diartikan bahwa : 1) Dari tabel diatas bahwa terlihat nilai konstanta (*a*) memiliki nilai sebesar -1,377 mengindikasikan bahwa jika variabel independen yang terdiri dari Harga, Kualitas Layanan dan kualitas Produk bernilai konstan atau turun dan besarnya dari perubahan kepuasan pelanggan itu sebesar -1,377, 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (Hrg) pada tabel diatas sebesar 0,104 dapat diartikan dengan koefisien positif dan searah menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki hubungan searah dengan Kepuasan Pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan Surabaya, semakin baik perusahaan menetapkan harga yang tepat dan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan begitupun sebaliknya, 3) Nilai koefisien regresi Kualitas Layanan (Kpl) yaitu sebesar 0,528 dapat diartikan bahwa koefisien positif dan searah

menunjukkan variabel kualitas layanan memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Semakin tepat dan baik perusahaan dalam memberikan kualitas layanan maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan dan begitupun sebaliknya, 4) Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (Kpr) yaitu sebesar 0,278 dapat diartikan bahwa koefisien positif dan searah menunjukkan variabel kualitas produk memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal Cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Semakin meningkatnya kualitas produk yang di tawarkan maka tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov test* (K-S). Apabila nilai probabilitas signifikan K-S lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan data telah berdistribusi dengan normal, dan apabila nilai probabilitas signifikan K-S lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan data tidak berdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

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

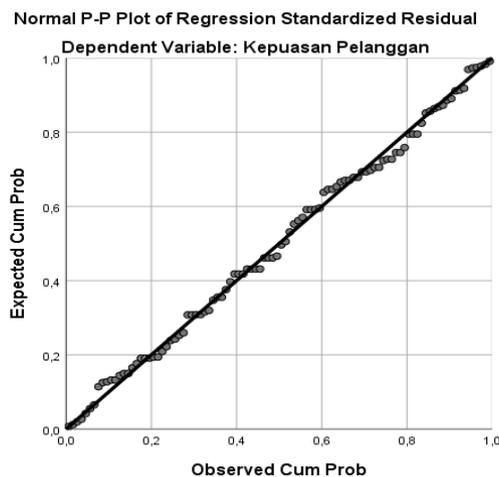
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.62428607
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.041
	Negative	-.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pada tabel 5 dapat menjelaskan bahwa hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov test* diketahui nilai signifikan *Kolmogorov Smirnov* pada *Asymp.* Signifikan lebih besar dari 0,05 (5%) yaitu 0,200, maka dari itu dapat diambil kesimpulan bahwa data diatas berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### Analisis Uji Grafik P-Plot

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji grafik P-Plot yang bertujuan untuk menguji sebuah regresi, variabel independen dan variabel dependen mempunyai data yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.



Sumber : Data primer diolah, 2023

Gambar 2  
Hasil Uji Normalitas Dengan Metode Grafik P-Plot

Hasil uji normalitas grafik P-Plot pada gambar 2, dapat diketahui bahwa titik-titik telah menyebar pada sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau disebut grafik histogramnya, hal ini berarti bahwa data diatas telah berdistribusi normal, sehingga penelitian ini telah memenuhi asumsi uji normalitas.

### Uji Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas pada penelitian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Asumsi yang baik pada uji multikolinieritas yaitu jika nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $\leq 10$  seperti hasil yang ditunjukkan pada tabel 16 berikut ini :

Tabel 6  
Hasil Uji Multikolinieritas

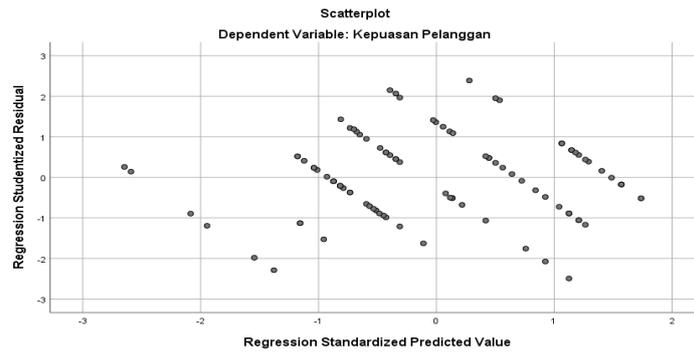
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,677	1,476	Non Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,595	1,681	Non Multikolinieritas
Kualitas Produk	0,855	1,170	Non Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil dari tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model dalam penelitian ini  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  sehingga hasil tersebut telah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dalam persamaan regresi ini disimpulkan bahwa tidak terjadi potensi korelasi antar variabel bebas dan dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui sebuah model regresi terjadi karena ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap dapat diartikan homoskedastisitas dan apabila *variance* dari residual satu pengamatan lainnya berbeda dapat diartikan bahwa heteroskedastisitas. Sebuah model regresi yang baik yaitu ketika tidak terjadi heteroskedastisitas seperti hasil yang ditunjukkan gambar berikut :



Sumber : Data primer diolah, 2023

Gambar 3

Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pada gambar 3 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data pada gambar tersebar pada posisi diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi dan layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya seperti harga, kualitas layanan, dan kualitas produk.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji f

Dalam Uji F suatu penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah Harga, Kualitas Layana, dan Kualitas produk layak atau mampu menerangkan Kepuasan Pelanggan. Jika nilai signifikan  $F \geq 0,05$  maka tidak layak untuk menerangkan atau untuk dianalisis, sedangkan jika nilai signifikan  $F \leq 0,05$  maka layak dan mampu menerangkan atau perlu dilakukan analisis. Uji F dalam penelitian ini menggunakan bantuan program software SPSS versi 25 berikut hasil pengujian terdapat pada tabel 7 dibawah ini :

Tabel 7  
Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	154,166	3	51,389	127,861	.000 <sup>b</sup>
Residual	38,584	96	,402		
Total	192,750	99			

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil Uji F pada tabel diatas menunjukkan bahwa model layak untuk dilakukan penelitian karena mempunyai nilai F pada penelitian ini sebesar 127,861 dengan signifikan 0,000 yaitu berarti  $\leq 0,005$  sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) pada penelitian ini mampu atau layak menerangkan serta secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga model penelitian yang diajukan sudah fit (sesuai).

### Koefisien Determinasi Berganda ( R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan adanya variabel-variabel dependen yang dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut :

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.800	.794	,634

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil data tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,800 atau sebesar 80%, dalam hal ini berarti bahwa variabel harga, kualitas layanan, dan kualitas produk mampu berkontribusi sebesar 80% terhadap kepuasan pelanggan, lalu sisanya yaitu sebesar 20% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis ( Uji t )

Dalam uji hipotesis yang dilakukan pada dasarnya untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian. Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan bantuan program software SPSS versi 25 dengan hasil yang dijelaskan atau diuraikan pada tabel 9 seperti berikut :

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**

Model	t	Sig.	Keterangan
Hrg	2,304	0,045	Signifikan
Kpl	12,086	0,000	Signifikan
Kpr	4,821	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independen harga menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 2,304 dan signifikan sebesar 0,045 atau < 0,05 yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu H1 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan itu diterima. 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independen kualitas layanan menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 12,086 dan signifikan sebesar 0,000 atau < 0,05 yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu H2 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan itu diterima. 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independen kualitas produk menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 4,821 dan signifikan sebesar 0,000 atau < 0,05 yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu H3 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan itu diterima.

## **Pembahasan**

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

Berdasarkan hasil data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan, dapat dibuktikan dengan nilai sebesar 0,045 atau  $< 0,05$  yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2001:439) Harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Apabila ketentuan harga sesuai dengan kualitas dan manfaat suatu produk atau jasa yang telah ditawarkan ini dapat berpengaruh baik pada konsumen atau pelanggan sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan mudah dijangkau oleh konsumen atau pelanggan maka bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari harga yang dihasilkan Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya bisa dapat bersaing dengan depot bakso yang sejenis maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian harga Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya bisa dapat bersaing dengan depot bakso lainnya karena hasil rata-rata jawaban responden menduduki nilai angka 3,98 yang artinya bahwa dari jawaban keseluruhan aspek harga yaitu setuju walaupun Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya sudah cukup lama terjun di bidang kuliner atau makanan. Dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iin Nur Diah Hastuti, Endang M, Dan Bida Sari (2022) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dan dapat dibuktikan dengan nilai sebesar 0,000 atau  $< 0,05$  yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) Kualitas Pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Suatu kualitas layanan dapat dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta apa yang diberikan. Apabila pelayanan perusahaan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan buruk dan tidak sesuai yang diharapkan, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen atau pelanggan merasa kurang puas dengan produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Pada deskripsi variabel kualitas layanan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya dari seluruh aspek jawaban responden menunjukkan nilai rata-rata 4,35 yang dapat ditarik kesimpulan jawaban responden tersebut dikategorikan sangat setuju dengan pernyataan yang telah diberikan. Dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2021) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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

Berdasarkan hasil data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dan dapat dibuktikan dengan nilai sebesar 0,000 atau  $< 0,05$  yang berarti positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (dalam Ibrahim, 2019) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan

durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Dapat diketahui jika kualitas produk merupakan tingkat kemampuan produk untuk melakukan fungsinya serta mencapai kualitas yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Kualitas produk juga memiliki peran sangat penting karena semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin meningkat juga tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Apabila sebuah produk dinilai oleh pelanggan atau konsumen tidak berkualitas dan tidak sesuai dengan harapan dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan terhadap produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Dalam deskripsi variabel kualitas produk pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya dari seluruh aspek jawaban responden menunjukkan nilai rata-rata 4,42 yang dapat ditarik kesimpulan jawaban responden tersebut dikategorikan sangat setuju dengan pernyataan yang telah diberikan. Dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Thawil (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan dari hasil dan analisis pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu : a) Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Dari hasil ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dan ditentukan oleh Depot Bakso Royal maka produk yang didapat oleh pelanggan semakin baik kualitasnya serta dapat menunjang kepuasan pelanggan saat menikmati Depot Bakso Royal. b) Kualitas Layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Dari hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh manajemen Depot Bakso Royal maka semakin puas pula pelanggan akan servis yang diberikan oleh karyawan dari Depot Bakso Royal yang tentunya sigap serta ramah dalam penanganan pelanggan. c) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya. Dari hasil ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk yang diberikan seperti kelayakan hidangan yang ditawarkan atau disuguhkan oleh Depot Bakso Royal ini juga dapat mengakibatkan munculnya kepuasan tersendiri bagi pelanggan dengan apa yang sudah dikeluarkan untuk membeli produk dari Depot Bakso Royal.

### **Keterbatasan**

Dalam melakukan penelitian ini, adanya beberapa keterbatasan yang dapat dikembangkan untuk melakukan penelitian yang akan datang, ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu adanya keterbatasan waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian serta metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner dan mungkin jawaban atau tanggapan sampel yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.

### **Saran**

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan atau dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut : a) Bagi Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya sebaiknya dapat lebih memperhatikan lagi penetapan harga agar kalangan ekonomi bawah dapat merasakan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkan konsumen. b) Bagi Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya meningkatkan lagi kualitas layanan dalam hal kebersihan serta penataan kembali alat makan

beserta meja dan kursi sesudah di gunakan oleh pelanggan. c) Bagi Depot Bakso Royal cabang Sidotopo Wetan Surabaya diharapkan dapat lebih konsisten pada jumlah komposisi makanan serta cita rasa khas yang dimiliki oleh Depot Bakso Royal yaitu dengan rempah – rempahnya. Karena tidak jarang cita rasa dari hidangan itu sendiri sering berubah rasa. d) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel pada penelitian dan menambahkan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti seperti lokasi, citra merek, promosi dan lain sebagainya agar hasilnya lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wicaksono, Dani, and Trias Ayu Laksanawati. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pematang." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 2(2): 91-100.
- Anggraeni, Davina Asri. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Wujud Unggul Surabaya*. Surabaya.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. : Rineka Cipta. Jakarta
- Gesta Nabilla, Augusti, and Antje Tuasela. 2021. "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika." *Jurnal Kritis* 5(2): 21-40.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. : Universitas Diponegoro. Semarang
- Hermawan, Fajar. 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi." *STIE Indonesia* 53(9): 6.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. : Unitomo Press. Surabaya <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. : Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. 12th ed. eds. Adi Maulana, Devri Barnadi, and Wibi Hardani. : Erlangga. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2012. *Principles of Marketing*. : Prentice Hall. New Jersey
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2007. *1 Manajemen Pemasaran*. 12th ed. eds. Philip Kotler and Kevin Lane Keller. : PT. Indeks. Yogyakarta
- Magdalena, Trifeni. 2020. Universitas Putra Batam "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan TV Kabel Pada PT Mackianos Network." Universitas Putera Batam.
- Martono, Moh, and Sri Setyo Iriani. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan." *Jurnal Ilmu Manajemen* 2(2): 687-97.
- Nur, Iin, and Diyah Hastuti. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat." 5(1): 124-33.
- Ragasya, Alvino. 2022. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Salero Enak Di Surabaya." *Jurnal Mitra Manajemen* 6(6): 347-61.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. : Salemba Empat. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. : Salemba Empat. Jakarta
- Saraswati, Yuni Diah. 2021. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda." *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 9(2): 95.
- Shartykarini, Shary, and Riza Firdaus. 2016. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi

- Pengunjung Cafe Di Banjarbaru)." *Jurnal Wawasan Manajemen* 4(1): 39-51.
- Sudana, I Made, and Rahmat Heru Setianto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS*. : Erlangga. Jakarta
- Sugiyono, Prof. Dr. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. 6th ed. ed. Apri Nuryanto. : CV. Alfabeta. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. : CV. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. : Andy. Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. : Andy. Yogyakarta