

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH
MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu
Manajemen Bisnis Syariah**



Oleh:

NURJANAH PUTRI SEKAR LANGIT

NIM. 19.52.11.327

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA**

2023

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH
MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu
Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

NURJANAH PUTRI SEKAR LANGIT

NIM. 19.52.11.327

Sukoharjo, 7 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Ika Feni Setyaningrum, M.Sc.

NIP. 19920208 202012 2 015

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NURJANAH PUTRI SEKAR LANGIT

NIM : 19.52.11.327

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN” benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti atau dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 3 Mei 2023



Nurjanah Putri Sekar Langit

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NURJANAH PUTRI SEKAR LANGIT

NIM : 19.52.11.327

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari Konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 3 Mei 2023



Nurjanah Putri Sekar Langi

Nota Dinas

Ika Feni Setiyaningrum, M.Sc.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi

Sdr: Nurjanah Putri Sekar Langit

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nurjanah Putri Sekar Langit NIM:19.52.11.327 yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 7 Mei 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Ika Feni Setiyaningrum, M.Sc.

NIP. 19920208 202012 2 015

PENGESAHAN

PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN

Oleh:

NURJANAH PUTRI SEKAR LANGIT
NIM. 19.52.11.327

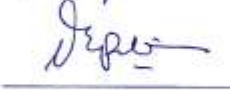
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 17 Mei 2023 M / 26 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Arif Muanas, M.Sc.
NIP. 19760101 201101 1 005



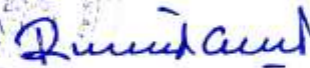
Penguji II
Dr. Hj. Dation Eriska Utami, S.E., M.Si.
NIP. 19750824 199903 2 005



Penguji III
Annida Unnatiq Ulya, M.Sc.
NIK. 19920930 201810 2 007



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



♣ Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. ♣
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah:8)

“Bersemangatlal atas hal-hal yang bermanfaat bagimu, minta tolonglah pada Allah dan jangan engkau lemah”

(Hadis Riwayat Muslim)

“Jangan bersedih, sesungguhnya pertolongan akan datang bersama kesabaran”

(Hadis Riwayat Ahmad)

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang dimiliki”

(Bambang Pamungkas)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT atas nikmat dan kasih sayang-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk:

Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Kedua orang tua saya Bapak Putut Tri Wahyono dan Ibu Sri Hartini yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, nasihat, doa dan kasih sayangnya yang tak pernah henti sampai saat ini.

Adik saya Muhammad Ilham yang selalu memberikan semangat serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ibu Ika Feni Setyaningrum, M.Sc. pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi.

Sahabat dan semua orang terdekat yang telah memberikan support serta doa untuk kelancaran dalam penelitian ini.

Teman-teman seperjuangan MBS angkatan 2019 yang menjadi partner selama perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, pikiran, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, S.H.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Aulia, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. M. Rofiq Junaidi M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ika Feni Setiyaningrum, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
8. Bapak dan Ibuku terimakasih atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Semua orang terdekat terimakasih selalu memberikan semangat dan keceriaan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
10. Teman-temanku angkatan 2019 yang telah memberikan semangat selama peneliti menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya peneliti dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 10 Maret 2023



Nurjanah Putri Sekar Langit

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service quality, and product quality on consumer satisfaction at Bakso Pintong Mojolaban Restaurant. This type of research is included in quantitative research. The population in this study were consumers of the Bakso Pintong Mojolaban Restaurant. The sampling technique used was non-probability sampling and the type of sampling used was purposive sampling with a total sample of 97 respondents.

The variables used in this study consist of two types, namely the independent variable and the dependent variable. The dependent variable (Y) in this study is customer satisfaction and the independent variable (X) in this study is price, service quality, and product quality. Data processing in this study used the SPSS (Statistical Program for Social Science) version 23 program.

The results of the research show that: 1) Price has a positive and significant influence on consumer satisfaction; 2) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; 3) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the simultaneous test of the three independent variables in this study have a joint effect on customer satisfaction.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan jenis sampling yang digunakan adalah *sampling purposive* dengan jumlah sampel 97 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan variabel independen (X) pada penelitian ini yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji simultan empat variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Jadwal Penelitian	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.2 Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen	12
2.1.2 Harga.....	14
2.1.2.1 Definisi Harga.....	14
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	14
2.1.2.3 Indikator Harga	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3.2 Karakteristik Pelayanan yang Perlu Diperhatikan	17
2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
2.1.4.1 Definisi Kualitas Produk.....	19
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	20
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
2.4.1 Hubungan antara Harga dengan Kepuasan Konsumen	29
2.4.2 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen .	29
2.4.3 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4 Data dan Sumber Data.....	34
3.4.1 Jenis Data	34
3.4.2 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Variabel Penelitian	35
3.6.1 Variabel Independen (variabel bebas).....	36

3.6.2	Variabel Dependen (variabel terikat)	36
3.7	Definisi Operasional Variabel	36
3.8	Instrumen Penelitian	37
3.9	Teknik Analisis Data	40
3.9.1	Uji Instrumen Penelitian	40
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	41
3.9.3	Uji Hipotesis	42
3.9.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV		45
HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
4.2	Gambaran Umum Responden	45
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Desa	47
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	47
4.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data	48
4.3.1	Uji Instrumen Penelitian	48
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis	53
4.3.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.4	Pembahasan	58
BAB V		61
PENUTUP		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga dan Jumlah konsumen	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 Skor Jawaban Skala Likert.....	38
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Domisili Desa di Kecamatan Mojolaban	47
Tabel 4.4 Intensitas Pembelian	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Spearman Rho	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR LAMPIRAN

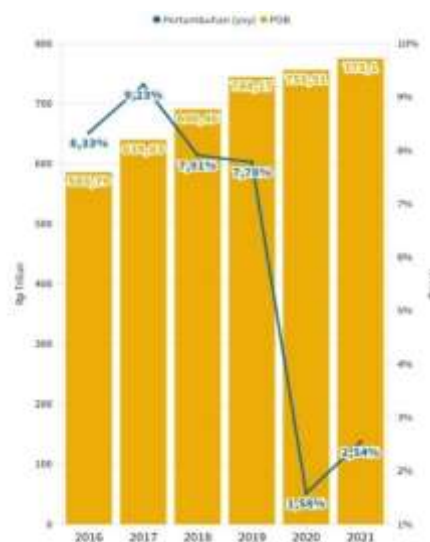
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Jadwal Penelitian	73
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	74
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian	78
Lampiran 5 Uji Instrumen Penelitian	89
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran 7 Uji Hipotesis	95
Lampiran 8 Koefisien Determinasi	96
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	97
Lampiran 10 Dokumentasi	98
Lampiran 11 Cek Plagiasi	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang sangat pesat, salah satunya bisnis bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan persaingan usaha. Oleh karena itu, untuk menghadapi situasi dan keadaan tersebut, pengusaha harus dapat mengambil keputusan yang tepat agar usaha yang didirikan dapat terus berkembang. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dengan cara menawarkan sesuatu yang bernilai dan dapat memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen untuk menciptakan kepuasan konsumen dan memenangkan persaingan usaha.



Gambar 1.1

Perkembangan PDB Industri Makanan & Minuman (2016-2021)

Sumber: Badan Pusat Statistik

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan yang diharapkan, apabila pelayanan memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, dan apabila pelayanan kurang dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa (Adhari, 2021). Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan layanan cenderung untuk membeli kembali produk di waktu lain dan membentuk suatu rekomendasi yang positif yang menguntungkan bagi perusahaan (Indrasari, 2019). Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Harga merupakan jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu kombinasi barang atau jasa, harga menjadi ukuran bagi konsumen untuk menilai kualitas produk yang ditawarkan (Indrasari, 2019). Keputusan penetapan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha karena harga merupakan faktor penentu kepuasan konsumen, penetapan harga yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk atau jasa akan menarik konsumen untuk membeli, dan harga yang mahal apabila memiliki kualitas baik juga akan menciptakan kepuasan konsumen (Sari & Ekowati, 2021). Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin sesuai harga dengan manfaat yang diterima dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Firdiyansyah, 2017; Prasetia, 2019).

Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima agar perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen (Santoso, 2019). Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dari suatu usaha, salah satu cara agar usaha lebih unggul dibandingkan dengan pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen (Chandra et al., 2020). Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen akan meningkat (Itasari et al., 2020; Nurjanah et al., 2021).

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi harapan dari konsumen sehingga konsumen merasa puas setelah mengkonsumsi suatu produk (Aryaditya & Khuzaini, 2020). Kualitas produk merupakan hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan karena dengan adanya kualitas yang baik maka akan memberikan sebuah kepuasan pada konsumen. Penelitian sebelumnya oleh Majid et al., (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena jika kualitas produk dijaga dengan baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sedangkan penelitian Mariansyah & Syarif (2020) menyatakan kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Rumah Makan Bakso Pintong berdiri sejak tahun 2006 yang terletak di daerah Kecamatan Mojolaban. Rumah Makan ini menjual aneka bakso, mie ayam,

dan aneka es. Harga dan menu yang ditawarkan oleh Bakso Pintong juga beragam, terkait harga lebih mahal dari kompetitor sekitar namun kualitas rasa dijamin enak karena menggunakan daging sapi asli dan penyajian disediakan kompor kecil jadi makanan tidak cepat dingin. Pengunjung yang datang di Rumah Makan Bakso Pintong sekitar 400 konsumen setiap harinya. Adanya kenaikan harga bahan baku menjadikan harga setiap menu juga berubah. Dilihat dari aspek kualitas pelayanan, karena kurangnya jumlah karyawan mengakibatkan pelayanan pada pengunjung kurang baik sehingga masih terjadi kesalahan penyajian pesanan karena situasi yang tidak kondusif ketika ramai pengunjung. Terdapat fasilitas pendukung seperti lahan parkir, tempat yang bersih, desain interior yang menarik, kipas angin, wastafel, mushola dan kamar mandi yang disediakan untuk konsumen. Hal tersebut menjadi daya tarik konsumen untuk berkunjung ke Rumah Makan Bakso Pintong.

Perbandingan harga dan jumlah konsumen per hari dengan kompetitor sekitar:

Tabel 1.1
Perbandingan Harga dan Jumlah Konsumen

Nama Usaha	Harga	Jumlah Konsumen per hari
Bakso Pintong Mojolaban	Rp.9.000-Rp.27.000	400 konsumen
Bakso Indonesia	Rp.5000- Rp.25.000	250 konsumen
Bakso Mercon dan Mie Ayam Mas Joko Boyolali	Rp.6000-Rp.14.000	200 konsumen

Berdasarkan uraian permasalahan dan tinjauan penelitian terdahulu bahwa belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya yang meneliti faktor harga,

kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena yang telah diuraikan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban”**. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan untuk memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen yang optimal.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Adanya kenaikan harga bahan baku di Rumah Makan Bakso Pintong menjadikan harga setiap menu juga berubah.
3. Kurangnya jumlah karyawan di Rumah Makan Bakso Pintong mengakibatkan kualitas pelayanan pada pengunjung kurang baik, sehingga masih terjadi kesalahan penyajian pesanan karena situasi yang tidak kondusif ketika ramai pengunjung.

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup permasalahan tidak meluas dan sesuai dengan permasalahan yang dipecahkan, maka batasan-batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.
2. Topik yang dikaji pada penelitian ini adalah pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan tambahan wawasan dalam penelitian selanjutnya bagi akademisi maupun praktisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu bagi peneliti dan menerapkan hal yang didapat pada saat perkuliahan, serta dapat mewujudkannya di lapangan.

- b. Bagi Universitas, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti selanjutnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.
- c. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran, bahan pertimbangan dan masukan untuk memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen yang optimal.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman serta memberikan gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh peneliti.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi tentang segala hal yang melatarbelakangi penulisan penelitian. Isi dari bab pendahuluan ini antara lain adalah latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang tinjauan teoritis yang melandasi permasalahan yang dimunculkan dan diuji kebenarannya dalam penelitian, membahas tentang informasi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, telaah pustaka, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil pengujian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan (pembuktian hipotesis).

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian. Kesimpulan dan saran didasarkan pada hasil penelitian ini, khususnya dari hasil pengujian hipotesis,

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah pengukuran sejauh mana konsumen sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Usaha memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau kondisi sama menang, yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada kerugian (Barus et al., 2020). Menurut Indrasari (2019) memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari.

2.1.1.2 Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen

Ada lima penggerak utama kepuasan konsumen (Rakib et al., 2022):

a. Kualitas produk

Kualitas merupakan segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas ketika membeli atau menggunakan produk atau jasa yang telah terbukti kualitasnya.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen, maka diperlukan pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri.

c. Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian seorang konsumen. Konsumen akan rela membayar sebuah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas ketika produk atau jasa yang dibelinya sebanding dengan jumlah uang yang mereka keluarkan.

d. Faktor Emosional

Konsumen akan merasa puas menggunakan produk atau jasa yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dari merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Menurut Candrianto (2021) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

a. Kemudahan

Pada umumnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan dalam mendapat produk dan layanan, serta konsumen akan merasa puas ketika lokasi mudah diakses dan nyaman.

b. Rekomendasi dan pengalaman orang lain (*Other consumer, family member, and coworkers*)

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut. Rekomendasi dan pengalaman orang lain akan mempengaruhi minat dan persepsi seseorang dan akan menciptakan ekspektasi tertentu terhadap suatu produk. Saat konsumen akhirnya memilih produk kita tentu konsumen akan membandingkan dengan cerita orang lain dengan pengalamannya sendiri. Konsumen akan puas jika pengalaman baik yang diterima orang lain juga didapatkan sendiri.

2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Andini et al. (2022) indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kesesuaian harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

a. Produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

- b. Pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi yang diharapkan.
- c. Fasilitas yang tersedia sesuai.

2. Minat berkunjung kembali

Ketersediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, meliputi:

- a. Minat berkunjung kembali karena pelayanan memuaskan.
- b. Minat melakukan pembelian ulang karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.
- c. Minat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Ketersediaan merekomendasikan

Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a. Merekomendasikan teman untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau keluarga membeli produk karena fasilitas yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau keluarga untuk membeli produk karena nilai atau manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.

2.1.2 Harga

2.1.2.1 Definisi Harga

Harga merupakan satuan uang yang ditukarkan untuk memperoleh hak untuk memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Usman, 2015). Penetapan harga adalah sebuah proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh perusahaan dari produk dan jasa yang dihasilkan, menetapkan harga berarti menghubungkan produk dengan harapan sasaran pasar yang berarti perusahaan harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen (Napitupulu et al., 2021). Penelitian oleh Utari et al., (2022) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena semakin tinggi kelayakan tingkat harga maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Faktor yang mempengaruhi penetapan harga (Napitupulu et al., 2021):

1. Faktor Internal

a. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Tujuan pemasaran perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup bisnis, memperoleh pangsa pasar yang besar, unggul dalam hal kualitas, memenangkan persaingan.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran merupakan landasan yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penetapan harga harus dikoordinasikan dengan bauran pemasaran lainnya dan saling mendukung yaitu: produk, penjualan dan promosi.

c. Biaya

Biaya merupakan faktor yang paling menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2. Faktor Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Perusahaan perlu memahami sifat dan permintaan yang dihadapi, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang sama pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

1. Persaingan dalam industri yang bersangkutan
2. Produk substitusi
3. Pemasok
4. Ancaman-ancaman baru

c. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penetapan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga dan praktik-praktik lain yang menghambat upaya monopoli.

2.1.2.3 Indikator Harga

Beberapa indikator harga menurut Tesar & Suprihhadi (2022) yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen. Harga yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen merasa puas ketika mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen, pelayanan dalam hal ini berupa kemudahan, kecepatan, ketanggapan, keterampilan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan (Ilahi & Arifuddin, 2022).

Kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan, konsumen yang merasa puas akan menciptakan loyalitas dan mendorong terjadinya rekomendasi, selain itu dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen (Chandra et al., 2020). Penelitian oleh Abadi (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena setiap kenaikan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2.1.3.2 Karakteristik Pelayanan yang Perlu Diperhatikan

Menurut Kotler (2011) dalam Indrasari (2019) yang perlu diperhatikan dalam pelayanan yaitu:

1. Komunikasi

Dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, jelas dan akurat.

2. Kesopanan

Kesopanan artinya karyawan harus ramah, cepat tanggap dan sopan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

3. Kredibilitas

Kredibilitas artinya perusahaan dan karyawan dapat dipercaya dan mendapat tempat di hati konsumen.

4. Responsif

Responsif mengacu pada tanggapan layanan dan respon karyawan yang cepat terhadap permintaan konsumen atau masalah yang dihadapi konsumen.

5. Keandalan

Keandalan artinya pelayanan diberikan secara konsisten dan tepat.

6. Nyata

Nyata berarti bahwa pelayanan tersebut harus tercermin dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas pelayanan.

2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tesar & Suprihhadi (2022) indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengukuran diantaranya berkenaan dengan kerapian, kebersihan, kenyamanan dan kelengkapan fasilitas.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Pengukuran diantaranya meliputi kemudahan pemesanan, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, penyediaan layanan tepat waktu.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Pengukuran ketanggapan meliputi kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, penanganan keluhan konsumen, siap menanggapi pertanyaan konsumen.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Perilaku karyawan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen dan bisa memberikan rasa aman bagi konsumen. Pengukurannya meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi layanan.

5. Empati (*Emphaty*)

Empati meliputi kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, serta usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

2.1.4 Kualitas Produk

2.1.4.1 Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu usaha untuk memenuhi harapan konsumen dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan

standar dan harga yang telah ditentukan (Majid et al., 2021). Kualitas produk di mata konsumen menjadi menjadi salah satu daya tarik tersendiri yang muncul akibat adanya pengalaman baik yang berasal dari pribadi konsumen atau lingkungan sekitarnya (Arfah, 2022). Menurut Ferine & Juniarti (2022) perusahaan yang menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapat predikat sebagai perusahaan yang mengutamakan kualitas dan dapat dikenal oleh masyarakat luas serta mendapat nilai lebih di mata masyarakat. Penelitian oleh Utari et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk (Zamora & Agung, 2023):

1. Manusia (*Man*)

Manusia berperan sebagai pencipta dan pelaku tumbuhnya pengetahuan teknis dan pendorong pertumbuhan di bidang baru seperti elektronika komputer.

2. Bahan (*Material*)

Bahan baku dipilih dengan batasan yang lebih ketat untuk memenuhi persyaratan kualitas dan biaya produksi.

3. Fungsi produk

Fungsi produk berkaitan dengan kegunaan dan manfaat dari produk yang dihasilkan.

4. Manajemen

Manajemen diharapkan dapat mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk memperbaiki penyimpangan yang mungkin saja terjadi dari standar kualitas.

5. Uang (*Money*)

Kebutuhan mekanisasi dan otomatisasi dalam pembuatan produk mendorong pengeluaran biaya yang lebih besar, sebab jika ada barang rusak dan pengulangan produksi dapat menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, kualitas produk juga harus memperhatikan pengeluaran uang.

2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2012) meliputi:

1. Kinerja (*performance*)

Kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, meliputi kemudahan dan kenyamanan penggunaan.

2. Fitur (*feature*)

Fitur adalah karakteristik produk yang dibuat untuk menyempurnakan fungsi produk dan menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Kesesuaian yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditentukan.

4. Ketahanan (*durability*)

Ketahanan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

5. Keandalan (*reliability*)

Keandalan yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

6. Estetika (*aesthetics*)

Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.

2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang mengkaji mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain Maramis et al., (2018), Aldiana et al., (2019), Dewi & Hariawan (2022). Dalam penelitian Maramis et al., (2018) mengkaji tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Aldiana et al., (2019) juga mengkaji harga, kualitas produk, dan *word of mouth* di Produk Herbal Soman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Herbal Soman. Dewi & Hariawan (2022) mengkaji tentang “Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto”. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel *word of mouth*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto karena dengan adanya *word of mouth* yang selalu membuat orang tertarik terhadap produk tersebut, memberikan kualitas suatu produk yang terbaik, dan memberikan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen.

Perbedaan dengan penelitian ini bahwa belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya yang meneliti “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban”. Adapun ringkasan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini yang digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini terdapat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam (Firdiyansyah, 2017).	Variabel dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 2.1

2	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado (Maramis et al., 2018).	Variabel yang digunakan adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan WOM terhadap Kepuasan Konsumen (Aldiana et al., 2019).	Variabel penelitian yang digunakan adalah harga, kualitas produk, WOM dan kepuasan konsumen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan <i>word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Herbal Soman.
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto (Prasetia, 2019).	Variabel penelitian yang digunakan adalah kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
4	The Effect of Price, Service Quality, Customer Value, and Brand Image on Customers Satisfaction of Telkomsel Cellular Operations in East Java Indonesia (Yulisetiarni & Prahasta, 2019).	Variabel penelitian yang digunakan adalah price, service quality, customer value, brand image dan customer satisfaction.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan seluler telkomsel.
5	Pengaruh Kualitas Layanan, <i>Experiential Marketing</i> , <i>Word of Mouth</i> , dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Brastagi Supermarket Rantauprapat) (Purwati & Zufrie, 2021).	Variabel dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan, <i>experiential marketing</i> , <i>word of mouth</i> , citra perusahaan dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, <i>experiential marketing</i> , <i>word of mouth</i> dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 2.1

6	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Padang Talago Biru Padasuka (Nurjanah et al., 2021)	Variabel penelitian yang digunakan adalah kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7	<i>Influence Of Product Quality, Price, Brand Trust and Service Quality on Customer Satisfaction in Cv Mitra Matra Mandiri Pekanbaru</i> (Lewis & Sitompul, 2021)	Variabel dalam penelitian ini yaitu <i>product quality, price, brand trust, service quality, and customer satisfaction.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan <i>brand trust</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan) (Majid et al., 2021).	Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan kepuasan konsumen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken Cabang Lamongan
9	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ Enamel (Utari et al., 2022).	Variabel dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1) Secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 2.1

10	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek di Surabaya (Tesar & Suprihhadi, 2022).	Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
11	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Itasari et al., 2020).	Variabel penelitian yang digunakan adalah <i>word of mouth</i> , <i>electronic word of mouth</i> , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>word of mouth</i> , <i>electronic word of mouth</i> , dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
12	The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M. Isa (Ma'ruf, 2021).	Variabel penelitian yang digunakan adalah service quality dan customer satisfaction.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
13	The Effect of Location, Atmosphere, and Service Quality on Customer Satisfaction at Warkop Gelas Batu (GB) 5 Ahmad Yani Rantauprapat (Andini et al., 2022).	Variabel penelitian yang digunakan adalah location, atmosphere, service quality dan consumer satisfaction.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Suasana tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Tabel berlanjut

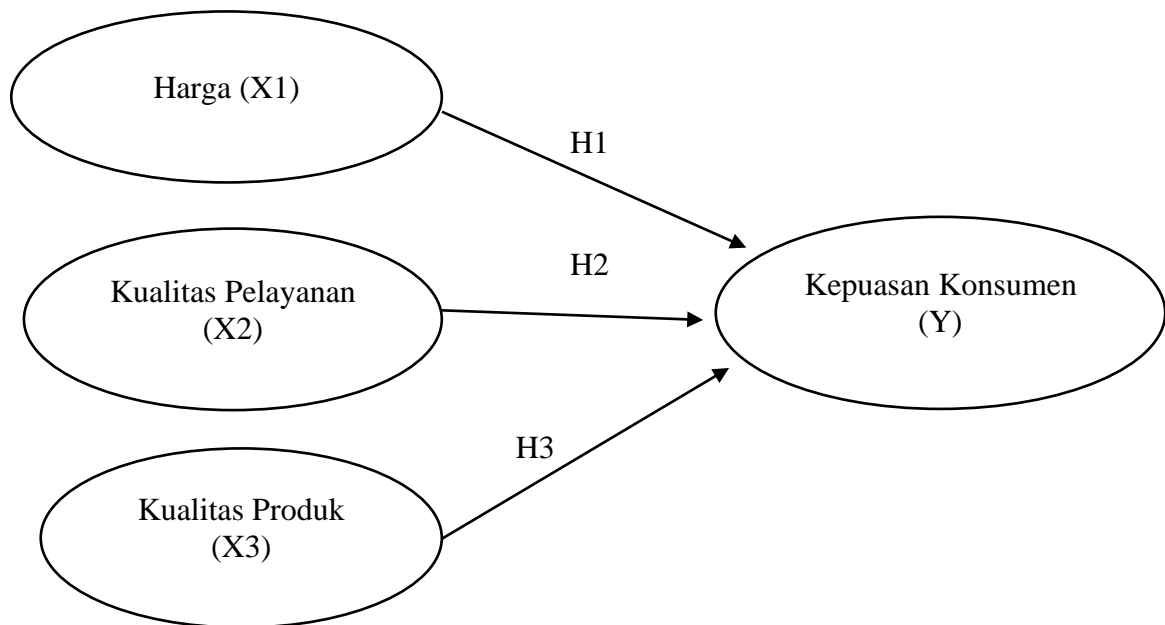
Lanjutan Tabel 2.1

14	The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Purchasing Motorcycles at CV. Central Sulawesi Motor Palu (Sarifuddin, 2022).	Variabel penelitian yang digunakan adalah service quality dan consumer satisfaction.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen pada CV. Motor Sulawesi Tengah Palu.
15	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek di Surabaya (Tesar & Suprihhadi, 2022).	Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konsep yang berisikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam rangka memberikan jawaban sementara. Berdasarkan uraian pemikiran diatas dapat diperjelas melalui variabel independen (bebas) yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kualitas produk (X3), sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

1. Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3)
2. Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori dan literatur yang relevan dan dijadikan acuan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan tinjauan terhadap penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

2.4.1 Hubungan antara Harga dengan Kepuasan Konsumen

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen di dalam melakukan pembelian, harga yang dibebankan kepada konsumen diharapkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima, sehingga dapat mewujudkan kepuasan konsumen (Napitupulu et al., 2021). Pada umumnya harga mempunyai pengaruh positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi pula kualitas dari produk atau jasa tersebut. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin baik penetapan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau jasa maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Firdiyansyah, 2017; Utari et al., 2022).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Adanya pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.

2.4.2 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan terus mendapatkan kepercayaan dari konsumen (Ratnasari & Harti, 2016). Kualitas pelayanan merupakan kunci dari keberhasilan suatu usaha. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen (Nurjanah et al., 2021; Abadi, 2022).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.

2.4.3 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk merupakan upaya untuk memenuhi harapan konsumen dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar dan harga yang telah ditetapkan (Majid et al., 2021). Pendapat ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Utari et al., (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka semakin besar pula kepuasan konsumen.

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka atau data numerik, selain itu penelitian kuantitatif menghasilkan penemuan yang dapat diperoleh melalui metode statistik atau metode pengukuran lainnya (Saidah, 2019). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Menurut Sugiyono (2013) penelitian survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan mengedarkan kuesioner.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Lokasi dari penelitian ini di Rumah Makan Bakso Pintong yang terletak di Pondok Rawa Rt 02 Rw 04, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2022 sampai April 2023.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti dikarenakan konsumen yang datang tidak menentu.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang baik adalah yang dapat mewakili sebanyak mungkin karakteristik populasi, dalam bahasa pengukurannya sampel harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Hikmawati, 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung di Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada pendekatan rumus *lemeshow* dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus *lemeshow*:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah Sampel
- z : Nilai standart kepercayaan 95%=1,96
- p : Maksimal estimasi (50%=0,5)
- d : Sampling error (10%)

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 97 sampel.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 97 responden dari konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. *Non probability sampling* merupakan teknik untuk mengambil sampel dengan cara tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel (Hikmawati, 2017). *Sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Berusia 17-50 tahun, batasan usia minimal 17 tahun karena usia tersebut dianggap sudah dewasa dan dapat mengambil keputusan dengan bijak, batasan usia maksimal 50 tahun karena diatas usia 50 tahun sudah masuk lansia dan selera terhadap produk menurun.
2. Berdomisili di Kecamatan Mojolaban.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data atau informasi yang didapat dalam bentuk angka, pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai yaitu melalui kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang akan diuji atau diolah menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 23.

3.4.2 Sumber Data

3.4.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, dari individu atau perseorangan secara langsung, seperti hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden meliputi identitas dan tanggapan responden.

3.4.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan untuk diproses lebih lanjut, data sekunder berupa jurnal, artikel dan referensi lain yang berkaitan (Hikmawati, 2017).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan media kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden tentang variabel yang ada dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan melalui kuesioner. Dengan menggunakan teknik kuesioner diharapkan dapat menciptakan rasa tanggung jawab kepada responden untuk dapat membaca dan menjawab sesuai pertanyaan dalam kuesioner.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner ditujukan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Kuesioner terdiri dari beberapa pernyataan yang merupakan perkembangan dari variabel yang diteliti. Variabel dikembangkan dalam bentuk indikator lalu dikembangkan kembali dalam bentuk pernyataan.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau karakteristik atau nilai seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

3.6.1 Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3).

3.6.2 Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan, dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka beli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan biasanya dinyatakan dalam satuan moneter (Napitupulu et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. (Tesar & Suprihhadi, 2022).	Likert

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 3.1

Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan mencakup semua yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen (Ilahi & Arifuddin, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) (Tesar & Suprihhadi, 2022). 	Likert
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk adalah kemampuan dari sutau produk dalam memenuhi harapan dari konsumen sehingga konsumen merasa puas setelah mengkonsumsi produk tersebut (Aryaditya & Khuzaini, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Ketahanan 5. Keandalan 6. Estetika (Tjiptono, 2012). 	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performance produk atau layanan terhadap ekspektasi mereka (Daga, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali. 3. Ketersediaan merekomendasikan. (Andini et al., 2022). 	Likert

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada responden berisi pernyataan terkait dengan variabel pada objek yang dteliti. Kuesioner ditujukan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Pengukuran data menggunakan skala likert. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup (angket), dimana peneliti menyediakan pilihan jawaban dan

responden tinggal memilih satu jawaban yang sesuai dengan kondisi yang dialami. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *offline* berupa form cetak yang diberikan langsung kepada responden karena jika terdapat pernyataan yang kurang jelas bisa langsung memberikan penjelasan kepada responden.

Menurut Hikmawati (2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap potensi dan permasalahan suatu objek. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Menurut Sugiyono (2013) dengan skala likert indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dalam bentuk kata-kata, seperti: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 3.2
Skor Jawaban Skala Likert

Bobot	Pilihan Jawaban
1	STS = Sangat Tidak Setuju
2	TS = Tidak Setuju
3	N = Netral
4	S = Setuju
5	SS = Sangat Setuju

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator Variabel	Nomor item instrumen
1	Harga	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. (Tesar & Suprihhadi, 2022).	1,2 3,4 5,6
2	Kualitas Pelayanan	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Emphaty</i> (Tesar & Suprihhadi, 2022).	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10
3	Kualitas Produk	1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Ketahanan 5. Keandalan 6. Estetika (Tjiptono, 2012).	1 2 3 4 5 6
5	Kepuasan Konsumen	1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali. 3. Ketersediaan merekomendasikan. (Andini et al., 2022).	1,2 3,4 5,6

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menurut hasil jawaban penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban, selanjutnya dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik inferensial yang kemudian diuji menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 23. Uji yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa tahapan meliputi:

3.9.1 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti cocok atau sesuai, penilaian dikatakan valid apabila penilaian itu benar-benar dapat memberikan informasi atau bukti-bukti yang sesuai dengan apa yang seharusnya dinilai (Komarudin & Sarkadi, 2017). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan (Paramita et al., 2021).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha=0,05$. Dapat dilihat pada seluruh indikator, masing-masing variabel tampilan output *Cronbach's Alpha* pada kolom Correlated item-Total Correlation. Tahap selanjutnya, membandingkan nilai Correlated item-Total Corelation dengan hasil perhitungan r tabel. Jika r hitung $>$ dari r tabel dan nilai positif maka butir

pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel maka item pernyataan menunjukkan hasil tidak valid (Firdiyansyah, 2017).

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda, jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berbeda (Paramita et al., 2021). Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,60$ sedangkan jika *Cronbach's Alpha* (α) $< 0,60$ berarti data tersebut tidak reliabel (Susilowati, 2022).

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas.

3.9.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak, nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria uji normalitas yaitu dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Sihabudin et al., 2021).

3.9.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,1$ (Sihabudin et al., 2021).

3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan atau adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi (Sahir, 2021). Mendeteksi heteroskedastisitas menggunakan metode *Spearman*, hasil pengujian apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ artinya hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas (Sahir, 2021).

3.9.3 Uji Hipotesis

3.9.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif (Sihabudin et al., 2021). Adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y' = variabel dependen (kepuasan konsumen)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = variabel independent

e = eror

3.9.3.2 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Sahir (2021) uji t merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig dibandingkan dengan nilai α (5%) atau membandingkan t hitung dengan t tabel, jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima, dan jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak.

3.9.3.3 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sahir (2021) uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui terdapat tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat, kemudian dibandingkan nilai F dengan $\alpha=0,05$. Apabila $F \text{ sig} > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh secara simultan, dan jika $F \text{ sig} < 0,05$ berarti ada pengaruh secara simultan.

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila angka koefisien determinasi dalam model regresi kecil atau mendekati nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila nilai semakin mendekati 100% artinya semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah Makan Bakso Pintong merupakan rumah makan yang didirikan oleh Bapak Ponang Sejati pada tahun 2006 yang menjual aneka bakso, mie ayam, dan aneka es. Lokasi rumah makan terletak di Jl. Veteran Perang Kemerdekaan, Ganggasan Rw. 5, Demakan, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Banyak kompetitor di sekitar lokasi Rumah Makan Bakso Pintong yang menjual produk sejenis, namun Rumah Makan Bakso Pintong yang selalu ramai pengunjung. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2020 pemilik melakukan perluasan rumah makan dengan memindah lokasi rumah makan di Pondok Rawa, Rt. 02 Rw. 04, Demakan, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo.

4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang tinggal di Kecamatan Mojolaban yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Kemudian yang menjadi responden adalah masyarakat di Kecamatan Mojolaban yang berumur 17 hingga 50 tahun yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban dan merasa puas.

Kuesioner disebarakan secara *offline* berupa form cetak yang diberikan langsung kepada responden yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Dari data yang telah terkumpul data akan diidentifikasi

berdasarkan usia, jenis kelamin, domisil desa dan identitas ini dilakukan untuk mengetahui secara umum gambaran dari responden dalam penelitian ini. Jumlah total kuesioner yang disebar adalah 97 responden. Berikut ini adalah profil 97 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini:

4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	29	29,8%
2	Perempuan	68	70,2%
Total		97	100%

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 responden atau sekitar 29,8% dari seluruh responden yang ada. Sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 responden atau 70,2% dari seluruh responden yang ada dalam penelitian ini. Pada kategori jenis kelamin lebih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17-30 tahun	83	85,6%
2	31-40 tahun	8	8,2%
3	41-50 tahun	6	6,2%
Total		97	100%

Dari tabel 4.2 deskripsi responden pada kategori usia di atas lebih didominasi oleh responden yang berusia 17-30 tahun dengan jumlah sebanyak 83

responden atau 85,6%. Responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 8 responden atau 8,2%. Responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 6 responden atau 6,2%.

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Desa

Tabel 4.3 Domisilli Desa di Kecamatan Mojolaban

No	Desa	Jumlah	Persentase (%)
1	Dukuh	12	12,4%
2	Demakan	30	30,9%
3	Joho	6	6,1%
4	Sapen	4	4,1%
5	Triyagan	2	2,1%
6	Palur	3	3,1%
7	Klumprit	3	3,1%
8	Cangkol	3	3,1%
9	Bekonang	12	12,4%
10	Wirun	5	5,1%
11	Plumbon	2	2,1%
12	Tegalmade	3	3,1%
13	Laban	2	2,1%
14	Kragilan	2	2,1%
15	Gadingan	8	8,2%
Total		97	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di atas pada kategori domisili desa responden paling banyak yaitu berasal dari Desa Demakan dengan jumlah 30 responden atau 30,9%.

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian

Tabel 4.4 Intensitas Pembelian

No	Intensitas Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
1	1-2 kali	15	15,5%
2	3-5 kali	54	55,7%
3	Lebih dari 5 kali	28	28,9%
Total		97	100%

Berdasarkan tabel di atas pada kategori intensitas pembelian 1-2 kali pembelian yaitu sebanyak 15 responden atau 15,5%. Intensitas pembelian 3-5 kali sebanyak 54 responden atau 55,7% dan intensitas pembelian lebih dari 5 kali dengan jumlah 28 responden atau 28,9%. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan intensitas pembelian didominasi oleh responden yang membeli 3-5 kali.

4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan kuesioner sehingga benar-benar dapat diukur dan memperoleh hasil yang valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha=0,05$. Jika r hitung > dari r tabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut adalah valid. Sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item pernyataan menunjukkan hasil tidak valid (Firdiyansyah, 2017).

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Pernyataan	Nilai signifikasi	Tingkat signifikasi	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X11	0,000	0,05	0,754	0,199	Valid
X12	0,000	0,05	0,747	0,199	Valid
X13	0,000	0,05	0,582	0,199	Valid
X14	0,000	0,05	0,690	0,199	Valid
X15	0,000	0,05	0,795	0,199	Valid
X16	0,000	0,05	0,698	0,199	Valid

Sumber: data primer (diolah), 2023

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Nilai signifikasi	Tingkat signifikasi	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X21	0,000	0,05	0,702	0,199	Valid
X22	0,000	0,05	0,759	0,199	Valid
X23	0,000	0,05	0,728	0,199	Valid
X24	0,000	0,05	0,742	0,199	Valid
X25	0,000	0,05	0,708	0,199	Valid
X26	0,000	0,05	0,768	0,199	Valid
X27	0,000	0,05	0,696	0,199	Valid
X28	0,000	0,05	0,767	0,199	Valid
X29	0,000	0,05	0,845	0,199	Valid
X210	0,000	0,05	0,710	0,199	Valid

Sumber: data primer (diolah), 2023

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	Nilai signifikasi	Tingkat signifikasi	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X31	0,000	0,05	0,736	0,199	Valid
X32	0,000	0,05	0,813	0,199	Valid
X33	0,000	0,05	0,783	0,199	Valid
X34	0,000	0,05	0,726	0,199	Valid
X35	0,000	0,05	0,748	0,199	Valid
X36	0,000	0,05	0,727	0,199	Valid

Sumber: data primer (diolah), 2023

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Nilai signifikasi	Tingkat signifikasi	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X51	0,000	0,05	0,753	0,199	Valid
X52	0,000	0,05	0,746	0,199	Valid
X53	0,000	0,05	0,708	0,199	Valid
X54	0,000	0,05	0,698	0,199	Valid
X55	0,000	0,05	0,680	0,199	Valid
X56	0,000	0,05	0,575	0,199	Valid

Sumber: data primer (diolah), 2023

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 sedangkan jika *Cronbach's Alpha* (α) < 0,60 berarti data tersebut tidak reliabel (Susilowati, 2022). Hasil keseluruhan dari uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Harga	0,805	0,60	Reliabel
Kuallitas Pelayanan	0,909	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,845	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,782	0,60	Reliabel

Sumber: data primer (diolah), 2023

Hasil uji reliabilitas pada table 4.9 di atas menunjukkan bahwa variabel harga dengan *Cronbach's Alpha* 0,805 > 0,60, kualitas pelayanan dengan *Cronbach's Alpha* 0,909 > 0,60, kualitas produk dengan *Cronbach's Alpha* 0,845 > 0,60, dan kepuasan konsumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,782 > 0,60, maka dapat disimpulkan keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini masing-masing mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa indikator atau semua item pernyataan yang digunakan pada variabel harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan *exact test Monte Carlo* dalam melakukan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat *confidence level* 95%. Kriteria uji normalitas yaitu dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Sihabudin et al., 2021). Berikut ini adalah hasil perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas
One Sample *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.33144626
Most Extreme Differences	Absolute		.113
	Positive		.113
	Negative		-.065
Test Statistic			.113
Asymp. Sig. (2-tailed)			.004 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.151 ^d
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.144
		Upper Bound	.158

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) adalah 0,151 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$ (Sihabudin et al., 2021). Pengujian dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 23.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,502	1,993	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,505	1,980	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk	0,484	2,067	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 4.11 bahwa semua variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka variabel penelitian dianggap bebas dari gejala multikolinieritas dalam model regresi, sehingga memenuhi syarat analisis regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Spearman*, hasil pengujian apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka

hipotesis diterima karena data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas (Sahir, 2021).

Tabel 4.12 Hasil Uji *Spearman Rho*

			Correlations			
			Harga	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1.000	.629**	.570**	-.033
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.747
		N	97	97	97	97
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.629**	1.000	.592**	.088
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.393
		N	97	97	97	97
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	.570**	.592**	1.000	.099
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.335
		N	97	97	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.033	.088	.099	1.000
		Sig. (2-tailed)	.747	.393	.335	.
		N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dilihat dari sig (2 -tailed) dari variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,747, yang artinya $0,747 > 0,05$. Variabel kualitas pelayanan sebesar $0,393 > 0,05$. Nilai signifikansi variabel kualitas produk $0,335 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas $> 0,05$ artinya tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.3 Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif (Sihabudin et al., 2021). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical*

Program for Social Science) versi 23 sehingga didapatkan data mengenai pengaruh yang membuat hipotesis penelitian ini dapat semakin diperjelas. Hasil uji regresi linier berganda disampaikan dalam tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.191	1.743		2.405	.018
	Harga	.498	.088	.503	5.685	.000
	Kualitas Pelayanan	.093	.042	.194	2.200	.030
	Kualitas Produk	.199	.089	.201	2.231	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dengan program SPSS versi 23 diatas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y=4,191+0,498X_1+0,093X_2+0,199X_3+e$$

Interpretasi dari hasil persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,191 artinya jika Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya adalah 4,191.
2. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,498 bernilai positif, artinya variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,093, artinya apabila variabel independen lain nilainya tetap maka kualitas pelayanan naik 1%, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,093. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka semakin baik kualitas pelayanan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang tercipta.
4. Koefisien regresi kualitas produk adalah 0,199 yang berarti positif. Apabila kualitas produk nilainya naik 1% maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,199. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen, maka semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sahir (2021) uji t adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai sig dibandingkan dengan nilai α (5%), maka apabila nilai sig < 0,05 berarti bahwa terdapat pengaruh secara parsial. Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan bantuan computer pada program SPSS versi 23 maka diperoleh hasil seperti pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.191	1.743		2.405	.018
	Harga	.498	.088	.503	5.685	.000
	Kualitas Pelayanan	.093	.042	.194	2.200	.030
	Kualitas Produk	.199	.089	.201	2.231	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi variabel harga $0,000 < 0,05$ membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Diketahui taraf signifikansi variabel kualitas pelayanan $0,030 < 0,05$ membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Tingkat signifikansi variabel kualitas produk $0,028 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sahir (2021) uji simultan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila $F \text{ sig} > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh secara simultan, dan jika $F \text{ sig} < 0,05$ berarti ada pengaruh secara simultan.

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296.270	3	98.757	53.967	.000 ^b
	Residual	170.184	93	1.830		
	Total	466.454	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: data primer (diolah), 2023

Dengan melihat hasil dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 53,967 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.3.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila nilai semakin mendekati 100% artinya semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021).

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.623	1.353

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: data primer (diolah), 2023

Dari hasil output SPSS versi 23 model Summary nilai Adjusted R Square yaitu 0,623, hal tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 62,3% variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban, sedangkan sisanya 37,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

4.4 Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang digunakan untuk menguji variabel-variabel pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3). Hipotesis tersebut di uji dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan uji R². Hasil hipotesis akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi variabel harga sebesar 0,498 bernilai positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Berpegaruh positif dan signifikan artinya apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen, seperti harga yang terjangkau, porsi makanan yang sesuai dengan harga, dan manfaat yang diterima sesuai dengan harga akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian

sebelumnya oleh Firdiyansyah (2017) yang menyatakan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian membuktikan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,093 bernilai positif dan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima, dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baik dan meningkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen, seperti pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, dan fasilitas yang disediakan dalam keadaan baik hal tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nurjanah et al.,(2021) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,199 dan taraf signifikansi $0,028 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Memiliki pengaruh positif dan signifikan artinya semakin menarik dan berkualitas produk yang dihasilkan maka

kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi, seperti produk yang enak dan mengenyangkan, produk yang masih fresh dan baru, produk dari bahan yang berkualitas dan layak dipakai, dan penyajian yang menarik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan Utari et al., (2022) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil yang di dapat dalam analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) diperoleh nilai F hitung sebesar 53,967 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban. Artinya semakin sesuai penetapan harga dengan manfaat yang diterima konsumen, pelayanan yang baik, dan kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan pada hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan pada hasil uji hipotesis dengan taraf signifikansi $0,030 < 0,05$ berarti bahwa hipotesis kedua diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,028 < 0,05$.

4. Secara simultan variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $53,967 >$ dari F tabel yaitu 2,70 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan pada kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Rumah Makan Bakso Pintong diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kedepannya akan membuat pelanggan untuk berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang.
2. Harga yang ditawarkan Rumah Makan Bakso Pintong dirasa masih kurang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Perlunya peningkatan pelayanan yang baik dan meningkat sehingga harga yang dibayarkan sesuai dengan apa yang diperoleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust* (Edisi 1). CV. Penerbit Qiara Media. https://www.google.co.id/books/edition/KEPUASAN_PELANGGAN_PENCAPAIAN_BRAND_TRUS/Z5ZCEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Aldiana, U., Adji, S., & Santoso, E. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan WOM terhadap Kepuasan Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 71–83. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2390>
- Andini, R. M., Siregar, M., & Siregar, N. A. (2022). The Effect of Location , Atmosphere , and Service Quality on Customer Satisfaction at Warkop Gelas Batu (GB) 5 Ahmad Yani Rantauprapat. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(4), 525–533. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems991>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT. Inovasi Pratama Nasional.
- Aryaditya, B. A., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–22.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 141–150. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>
- Butar, N., Silalahi, M., Julyanthry, & Sudirman, A. (2020). Kepuasan pengguna Market Place Shopee yang ditinjau dari aspek Word of Mouth dan Pengalaman Konsumen. *Al Tijarah*, 6(3), 135–146. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5681>
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* . Malang: CV. Literasi Nusantara.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (Edisi 1). CV IRDH.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Edisi 1). Global Research and Consulting Institute. <https://www.researchgate.net/publication/334957485>

- Dewi, N. L., & Hariawan, F. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Handphone di Toko KSC Cellular Mojokerto. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(1), 236–241.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa* (Edisi 1). CV BUDI UTAMA.
- Ferine, K. F., & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM*. Yogyakarta: Selat Media Partners.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 1–9.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian* (Edisi 1, Vol. 4, Issue 1). PT RajaGrafindo Persada.
- Ilahi, A., & Arifuddin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.56327/signaling.v10i2.1093>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Edisi 1). Unitomo Press.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Communication*, 5(2), 259–271.
- Komarudin, & Sarkadi. (2017). *Buku Evaluasi Pembelajaran* (Edisi 2). Laboratorium Sosial Politik Press.
- Lewis, & Sitompul, S. S. (2021). Influence Of Product Quality, Price, Brand Trust and Service Quality on Customer Satisfaction in Cv Mitra Matra Mandiri Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 112–121.
- Ma'ruf, K. (2021). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M. Isa. *Intternational Journal of Marketing & Human Resorce Rersearch*, 2(2), 89–97. http://140.116.249.155/file.php/66423/CB_Final-Telecom_in_Vietnam.pdf
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A. R., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economic, Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. www.jember.umla.ac.id
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>

- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(2), 134–146.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Edisi 2). PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Nurjanah, S., Sukmawati, R., Muslima, & Alwi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Padang Talago Biru Padasuka. *Journal Competency of Business*, 5(2), 130–141. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1098>
- Paramita, R., Noviansyah, R., & Sulistyan, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Ketiga). WIDYA GAMA PRESS.
- Prasetya, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(11), 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2592>
- Purwati, D. S., & Zufrie. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Experiential Marketing, Word of Mouth, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Brastagi Supermarket Rantauprapat). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 133–142.
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4, 1–11. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM Indonesia.
- Saidah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Burung Belibis Resto Tambelang. In *Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen*. Universitas Pelita Bangsa.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, N. M., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Bakso Mercon Bu'yan). *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1), 30–41.
- Sarifuddin. (2022). The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Purchasing Motorcycles at CV. Central Sulawesi Motor Palu. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHES)*, 4(2), 106–112. <https://doi.org/10.56338/ijhess.v4i2.2389>

- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J., Arofah, I., Ningsi, B., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Edisi 1). CV Pena Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarsih, N. K. O., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Habitat Ubud. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 861–872. <https://doi.org/https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i3.1406>
- Sulandjari, K., Sabri, Yustanti, N. V., Susanti, M., Karim, K., & Wage. (2021). *Ekonomi Lingkungan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Susilowati, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Gajah Mungkur Mas Bejo Wonogiri Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(44), 54–63. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.155>
- Tesar, M., & Suprihadi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(5), 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4581/4579>
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Usman, M. (2015). *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar - Dasar Pemasaran* (Edisi 1). Interpena Yogyakarta.
- Utari, W., Alif Utama, L., Heryyanto, A., & Rudiantno. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ Enamel. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 173–187.
- Yulisetiari, D., & Prahasta, Y. A. (2019). The Effect of Price, Service Quality, Customer Value, and Brand Image on Customers Satisfaction of Telkomsel Cellular Operations in East Java Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 8(03), 5–9. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/89831>
- Zamora, R., & Agung, E. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Yogyakarta: Absolute Media.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAKSO PINTONG MOJOLABAN

Perkenalkan nama saya Nurjanah Putri Sekar Langit, mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban**”. Untuk itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner dibawah ini dengan lengkap dan benar sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/Sdri. Hasil kuesioner ini akan digunakan sebagai sumber data untuk dianalisis. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri menjadi responden dan mengisi kuesioner saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian

1. Mohon diberi tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dianggap paling sesuai. Pendapat jawaban dinyatakan dalam skala 1-5 yang memiliki makna:

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Tidak Setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya dan sesuai dengan kenyataan yang ada.
4. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.
5. Terimakasih atas partisipasi dan kesediaan menjadi responden saya.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : 17 – 30 tahun 31 – 40 tahun 41 – 50 tahun
4. Intensitas Pembelian : 1 - 2 kali 3 - 5 kali lebih dari 5 kali
5. Domisili Desa di Kecamatan Mojolaban:

<input type="checkbox"/> Dukuh	<input type="checkbox"/> Wirun	<input type="checkbox"/> Joho
<input type="checkbox"/> Demakan	<input type="checkbox"/> Gadingan	<input type="checkbox"/> Bekonang
<input type="checkbox"/> Cangkol	<input type="checkbox"/> Sapen	<input type="checkbox"/> Klumprit
<input type="checkbox"/> Tegalmade	<input type="checkbox"/> Triyagan	<input type="checkbox"/> Plumbon
<input type="checkbox"/> Laban	<input type="checkbox"/> Kragilan	<input type="checkbox"/> Palur
6. Apakah Rumah Makan Bakso Pintong memenuhi harapan Anda?

<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
-----------------------------	--------------------------------

Jika jawaban tidak dimohon Anda tidak mengisi kuesioner.

Pernyataan Kuesioner

Harga (X1)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Harga setiap menu di rumah makan Bakso Pintong terjangkau.					
2	Harga yang ditetapkan di rumah makan Bakso Pintong tergolong wajar.					
3	Harga di rumah makan Bakso Pintong sesuai dengan kualitas rasa makanan dan minuman.					
4	Porsi makanan dan minuman di rumah makan Bakso Pintong sebanding dengan harga yang ditawarkan.					
5	Dengan harga yang saya bayarkan saya memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke rumah makan Bakso Pintong.					
6	Harga yang diberikan rumah makan Bakso Pintong sesuai dengan manfaat produk yang dibutuhkan konsumen yaitu membuat kenyang.					

Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kursi dan lesehan rumah makan Bakso Pintong tertata rapi dan bersih.					
2	Fasilitas pelengkap di rumah makan Bakso Pintong seperti meja, kursi, wastafel, mushola dalam keadaan baik sehingga membuat nyaman.					

3	Karyawan di rumah makan Bakso Pintong memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan konsumen.					
4	Pengunjung yang membeli di rumah makan Bakso Pintong tidak perlu menunggu terlalu lama dari memesan sampai makanan disajikan.					
5	Apabila ada complain dari konsumen pihak rumah makan Bakso Pintong merespon dengan baik.					
6	Karyawan rumah makan Bakso Pintong selalu siap saat dibutuhkan untuk melayani konsumen.					
7	Karyawan rumah makan Bakso Pintong memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan mulai dari harga dan jenisnya.					
8	Karyawan rumah makan Bakso Pintong memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan kepada konsumen.					
9	Karyawan rumah makan Bakso Pintong mampu berkomunikasi yang baik kepada konsumen.					
10	Karyawan rumah makan Bakso Pintong menanggapi permintaan konsumen dengan segera.					

Kualitas Produk (X3)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kualitas yang ditawarkan rumah makan Bakso Pintong sudah sesuai dengan keinginan konsumen yaitu kenyamanan saat berkunjung.					
2	Rumah Makan Bakso Pintong menjual makanan yang enak yaitu terbuat dari daging sapi asli, memiliki tekstur empuk dan mengenyangkan.					
3	Produk yang disajikan rumah makan Bakso Pintong sesuai dengan kualitas yang ditawarkan yaitu fresh, enak dan membuat kenyang.					
4	Rumah Makan Bakso Pintong selalu menyajikan makanan yang masih baru dan segar.					
5	Rumah Makan Bakso Pintong selalu menyediakan produknya dalam keadaan layak untuk dimakan.					
6	Produk disajikan dengan menarik yaitu disediakan mesin penghangat/kompot kecil sehingga makanan tidak cepat dingin dan dapat menambah selera makan.					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Makanan yang disediakan rumah makan Bakso Pintong sesuai dengan selera konsumen.					
2	Fasilitas yang disediakan seperti wastafel, mushola, meja, kursi yang ada sudah sesuai dengan yang diharapkan.					
3	Saya berminat berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan.					
4	Saya berminat melakukan pembelian ulang karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					
5	Saya merekomendasikan rumah makan Bakso Pintong kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik dan ramah.					
6	Saya merekomendasikan rumah makan Bakso Pintong kepada orang lain karena makanan yang dihidangkan enak.					

Lampiran 2 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal		X	X	X																				
2	Konsultasi			X	X		X		X	X	X				X	X		X	X						
3	Revisi Proposal				X	X				X	X			X	X										
4	Seminar Proposal Skripsi																X								
5	Pengumpulan Data																								
6	Analisis Data																	X	X						
7	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																		X						
8	Munaqasah																				X				
9	Revisi Skripsi																					X	X		

Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Desa	Intensitas Beli
1	Putri	Perempuan	17-30 tahun	Gadingan	1-2 kali
2	Shinta Devi	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	1-2 kali
3	Novia	Perempuan	17-30 tahun	Cangkol	1-2 kali
4	Rezqi Yadiashah	Laki-laki	17-30 tahun	Cangkol	3-5 kali
5	Fattah Ul Janah	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
6	Nova Nur Hidayah	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
7	Muhammad Ibadurahman	Laki-laki	17-30 tahun	Sapen	3-5 kali
8	Diyah Ayu Nur S	Perempuan	17-30 tahun	Wirun	3-5 kali
9	Hanna Widianitami	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
10	Annisa Diah	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
11	Maila S	Perempuan	17-30 tahun	Klumprit	3-5 kali
12	Alvina	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	lebih dari 5 kali
13	Adnan	Laki-laki	17-30 tahun	Klumprit	3-5 kali
14	Oktavia	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	lebih dari 5 kali
15	Fatikhah Novia Sari	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
16	Annisa Puspitasari	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
17	Bisma	Laki-laki	17-30 tahun	Dukuh	lebih dari 5 kali
18	Sri Utami Handayani	Perempuan	17-30 tahun	Kragilan	1-2 kali
19	Marisa Purnama Agustyasari	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
20	Yunisticia Ayu Wandira	Perempuan	17-30 tahun	Wirun	3-5 kali
21	Intan Nur	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	lebih dari 5 kali

22	Sekar Nur Jannah	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
23	Nadima Zahra	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
24	Tata Deswara	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
25	Hartini	Perempuan	41-50 tahun	Gadingan	3-5 kali
26	Tri	Laki-laki	41-50 tahun	Gadingan	lebih dari 5 kali
27	Hanif	Laki-laki	17-30 tahun	Plumbon	3-5 kali
28	Ryan Purnama	Laki-laki	17-30 tahun	Plumbon	3-5 kali
29	Wulan Sari	Perempuan	17-30 tahun	Palur	lebih dari 5 kali
30	Muklis	Laki-laki	17-30 tahun	Palur	lebih dari 5 kali
31	Chaerani	Perempuan	17-30 tahun	Joho	lebih dari 5 kali
32	Berliana Kusuma Putri	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
33	Sri Sulasmi	Perempuan	41-50 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
34	Astri	Perempuan	17-30 tahun	Joho	lebih dari 5 kali
35	Evi Apriyanti	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
36	Cinthalia	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
37	Anisa	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
38	Ilham	Laki-laki	31-40 tahun	Joho	3-5 kali
39	Muhammad Irfan	Laki-laki	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
40	Arief Yuniarti	Perempuan	31-40 tahun	Sapen	lebih dari 5 kali
41	Mitriyani	Perempuan	41-50 tahun	Demakan	3-5 kali
42	Defan	Laki-laki	31-40 tahun	Joho	3-5 kali
43	Destra Aviananta	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali

44	Vio Ananda	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	lebih dari 5 kali
45	Fatimah Mufidza Zulhaina	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
46	Muhammad Bojan Amauri	Laki-laki	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
47	Sintia Nawang Sari	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
48	Isnaini	Perempuan	31-40 tahun	Laban	1-2 kali
49	Christoper	Laki-laki	17-30 tahun	Laban	1-2 kali
50	Ryan	Laki-laki	17-30 tahun	Gadingan	3-5 kali
51	Anjani	Perempuan	17-30 tahun	Wirun	3-5 kali
52	Agung	Laki-laki	17-30 tahun	Wirun	3-5 kali
53	Desyta Tri A	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	lebih dari 5 kali
54	Agni Damayanti	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	lebih dari 5 kali
55	Muhamad Fikri Algojali	Laki-laki	17-30 tahun	Tegalmade	1-2 kali
56	Nurul Hidayah	Perempuan	17-30 tahun	Tegalmade	1-2 kali
57	Mariliana Ariesta Vani	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
58	Muhammad Akbar	Laki-laki	17-30 tahun	Gadingan	3-5 kali
59	Dicky	Laki-laki	17-30 tahun	Bekonang	1-2 kali
60	Tri Eti Selviana	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	1-2 kali
61	Lestari	Perempuan	17-30 tahun	Joho	3-5 kali
62	Yessy Sulistyowati	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
63	Fauzizah Khuznul Khotimah	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
64	Alsa Nurjanah	Perempuan	17-30 tahun	Cangkol	lebih dari 5 kali
65	Nurul Fajrianti	Perempuan	17-30 tahun	Joho	3-5 kali

66	Erlando Rizki	Laki-laki	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
67	Susi Widyawati	Perempuan	17-30 tahun	Tegalmade	1-2 kali
68	Amar	Laki-laki	17-30 tahun	Gadingan	1-2 kali
69	Wulandari	Perempuan	17-30 tahun	Triyagan	3-5 kali
70	Eva	Perempuan	17-30 tahun	Triyagan	3-5 kali
71	Novita	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
72	Wiritia Nur Halimah	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	lebih dari 5 kali
73	Kurniawan	Laki-laki	17-30 tahun	Sapen	3-5 kali
74	Arik	Perempuan	31-40 tahun	Demakan	3-5 kali
75	Tia Fatimah	Perempuan	17-30 tahun	Sapen	3-5 kali
76	Nabila Nur Anisya	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
77	Andriyani Ratnasari	Perempuan	31-40 tahun	Klumprit	1-2 kali
78	Tarisma	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
79	Agung	Laki-laki	31-40 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
80	Isnaini Nur Azizah	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
81	Indah	Perempuan	17-30 tahun	Wirun	3-5 kali
82	Nita	Perempuan	17-30 tahun	Palur	3-5 kali
83	Sabila Nurul Azizah	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
84	Diah Ayu Ratnaningsih	Perempuan	17-30 tahun	Gadingan	1-2 kali
85	Rita	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
86	Nur Aini	Perempuan	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
87	Purwanto	Laki-laki	31-40 tahun	Kragilan	1-2 kali

88	Muhammad Nasir	Laki-laki	17-30 tahun	Dukuh	3-5 kali
89	Nanang Abin	Laki-laki	41-50 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
90	Yanuar Wakid Arianto	Laki-laki	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
91	Dwi Nur Indah Sari	Perempuan	17-30 tahun	Gadingan	3-5 kali
92	Nurlina	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
93	Tria	Perempuan	17-30 tahun	Demakan	3-5 kali
94	Ardyan Irfani	Laki-laki	17-30 tahun	Demakan	lebih dari 5 kali
95	Choiruddien Musthofa	Laki-laki	17-30 tahun	Bekonang	lebih dari 5 kali
96	Tri Apriya	Perempuan	17-30 tahun	Bekonang	3-5 kali
97	Dewi Wahyuni	Perempuan	41-50 tahun	Demakan	3-5 kali

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

Variabel Harga (X1)

No	Harga (X1)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	5	4	5	4	27
3	4	4	3	4	4	4	23
4	5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	5	4	4	4	25
6	4	5	4	4	4	4	25
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	5	5	5	4	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	5	3	4	24
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	5	4	4	5	4	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	5	4	4	4	25

16	4	3	4	4	4	4	23
17	4	4	4	4	3	3	22
18	4	4	5	4	4	5	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	5	4	4	25
22	3	4	4	4	4	4	23
23	4	4	5	5	4	5	27
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	5	5	5	5	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	5	4	5	4	4	26
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	5	5	3	4	25
36	4	5	4	4	4	5	26
37	4	5	3	5	4	5	26
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	5	4	4	4	27
40	4	4	4	5	4	4	25
41	4	4	4	5	4	3	24
42	4	4	4	5	4	4	25
43	5	5	4	5	5	5	29
44	4	4	4	3	3	4	22
45	4	5	4	5	5	5	28
46	4	4	5	5	5	5	28
47	5	4	4	4	5	5	27
48	4	4	4	5	4	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	5	4	4	4	4	25
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	4	4	28
54	4	4	4	4	3	5	24

55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	5	5	4	4	4	26
57	4	4	4	5	4	4	25
58	4	4	4	3	4	5	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	5	5	5	5	28
61	3	4	4	5	4	3	23
62	5	5	4	5	4	5	28
63	5	4	5	5	5	5	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	3	4	3	4	4	22
66	4	5	4	5	5	5	28
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	3	4	5	4	4	5	25
71	3	4	5	4	3	4	23
72	4	4	5	5	5	5	28
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	4	5	5	5	29
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	5	4	5	4	5	27
81	4	3	5	4	3	3	22
82	4	3	4	4	4	5	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24
86	3	3	4	4	4	4	22
87	4	4	4	4	4	5	25
88	4	3	4	4	4	5	24
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24

70	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	44
71	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
76	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
81	4	4	5	3	5	4	3	3	5	4	40
82	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	41
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	43
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
88	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
89	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
94	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40
95	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	46
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	40

Variabel Kualitas Produk (X3)

No	Kualitas Produk (X3)						Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	4	4	4	4	5	25
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	3	4	5	4	25
4	4	5	5	5	4	4	27
5	4	4	4	5	5	3	25
6	4	4	5	4	5	4	26

7	5	4	5	4	4	5	27
8	4	5	5	5	5	5	29
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	4	5	5	4	28
14	5	3	4	4	5	5	26
15	4	4	5	5	5	4	27
16	4	4	4	3	4	5	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	5	4	4	4	5	26
20	4	4	4	3	4	5	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	5	4	3	5	25
23	5	5	5	4	5	5	29
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	4	4	5	25
26	4	4	4	4	4	5	25
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	3	3	5	5	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	5	4	5	4	5	27
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	5	5	26
36	4	4	4	4	5	4	25
37	4	5	3	5	4	3	24
38	4	4	4	4	4	5	25
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	5	25
41	4	5	4	4	4	3	24
42	4	4	4	4	4	5	25
43	4	5	5	4	5	5	28
44	5	5	4	4	3	5	26
45	5	5	5	5	5	5	30

46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	5	5	4	4	26
48	4	4	4	4	4	5	25
49	4	4	4	4	5	5	26
50	5	5	4	5	4	5	28
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	5	5	4	5	5	28
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	4	4	5	4	26
57	4	5	5	5	5	4	28
58	4	4	4	3	5	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	5	3	24
61	4	4	5	4	4	4	25
62	4	5	5	5	5	3	27
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	3	4	4	5	4	3	23
66	4	4	4	5	4	4	25
67	3	4	4	5	5	5	26
68	5	4	4	4	4	4	25
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	3	4	3	3	21
71	5	4	4	3	3	5	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	3	4	3	3	3	20
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	4	4	4	4	4	23
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	4	4	4	4	5	26
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	3	5	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24

85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	3	4	4	5	5	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	3	3	4	4	4	4	22
89	4	4	4	5	5	4	26
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	3	4	3	22
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	5	4	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	5	4	5	5	5	28
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	5	25

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kepuasan Konsumen (Y)						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	5	4	4	5	27
3	4	4	4	3	4	5	24
4	5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	4	4	3	4	24
6	4	4	4	4	5	4	25
7	4	5	5	5	5	5	29
8	5	4	5	4	4	4	26
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	5	3	3	5	24
11	4	5	5	5	4	4	27
12	4	4	4	4	5	5	26
13	4	5	4	5	3	5	26
14	5	4	4	3	4	5	25
15	5	4	5	5	4	4	27
16	4	4	4	4	4	5	25
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	5	4	29
19	4	4	5	4	4	5	26
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24

22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	5	5	4	4	5	27
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	5	25
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	5	4	5	26
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	4	4	5	4	27
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	5	3	4	5	25
37	4	5	3	5	3	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	4	4	4	4	4	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	4	4	5	5	28
44	4	4	3	3	5	4	23
45	5	5	5	5	4	5	29
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	5	3	5	25
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	5	5	4	5	5	28
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	5	5	5	4	28
57	5	4	4	4	4	4	25
58	4	5	4	4	5	3	25
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	5	25

61	4	4	4	5	4	4	25
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	5	3	4	5	25
66	5	5	5	4	4	5	28
67	5	4	3	4	5	5	26
68	3	4	5	4	4	5	25
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	4	5	5	5	5	29
71	4	4	4	4	3	5	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	4	5	5	4	28
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	3	5	4	3	5	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	4	4	4	27
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	3	5	4	4	24
82	4	5	5	4	4	5	27
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	5	25
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	3	5	4	4	5	25
89	4	5	4	5	5	4	27
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	3	5	4	4	5	25
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	5	4	5	29
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 5 Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Variabel Harga (X1)

		Correlations						
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	TOTAL
x1	Pearson Correlation	1	.549**	.369**	.357**	.544**	.439**	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
x2	Pearson Correlation	.549**	1	.237*	.469**	.498**	.403**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.019	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
x3	Pearson Correlation	.369**	.237*	1	.337**	.334**	.270**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019		.001	.001	.007	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
x4	Pearson Correlation	.357**	.469**	.337**	1	.463**	.305**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
x5	Pearson Correlation	.544**	.498**	.334**	.463**	1	.535**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
x6	Pearson Correlation	.439**	.403**	.270**	.305**	.535**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.002	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.754**	.747**	.582**	.690**	.795**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Pelayanan (X2)

		Correlations										
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X210	TOTAL
X21	Pearson Correlation	1	.607**	.526**	.424**	.305**	.425**	.389**	.479**	.580**	.495**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X22	Pearson Correlation	.607**	1	.417**	.441**	.489**	.594**	.407**	.561**	.571**	.534**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X23	Pearson Correlation	.526**	.417**	1	.550**	.472**	.501**	.538**	.498**	.596**	.337**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X24	Pearson Correlation	.424**	.441**	.550**	1	.402**	.480**	.535**	.587**	.625**	.480**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X25	Pearson Correlation	.305**	.489**	.472**	.402**	1	.564**	.537**	.403**	.566**	.482**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X26	Pearson Correlation	.425**	.594**	.501**	.480**	.564**	1	.405**	.606**	.590**	.537**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X27	Pearson Correlation	.389**	.407**	.538**	.535**	.537**	.405**	1	.553**	.538**	.303**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X28	Pearson Correlation	.479**	.561**	.498**	.587**	.403**	.606**	.553**	1	.584**	.447**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X29	Pearson Correlation	.580**	.571**	.596**	.625**	.566**	.590**	.538**	.584**	1	.617**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X210	Pearson Correlation	.495**	.534**	.337**	.480**	.482**	.537**	.303**	.447**	.617**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.702**	.759**	.728**	.742**	.708**	.768**	.696**	.767**	.845**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kualitas Produk (X3)

Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	X36	TOTAL
X31	Pearson Correlation	1	.544**	.509**	.430**	.415**	.469**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X32	Pearson Correlation	.544**	1	.577**	.641**	.505**	.464**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X33	Pearson Correlation	.509**	.577**	1	.484**	.551**	.468**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X34	Pearson Correlation	.430**	.641**	.484**	1	.464**	.312**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X35	Pearson Correlation	.415**	.505**	.551**	.464**	1	.462**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X36	Pearson Correlation	.469**	.464**	.468**	.312**	.462**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.736**	.813**	.783**	.726**	.748**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.501**	.429**	.459**	.492**	.289**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.004	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.501**	1	.347**	.546**	.499**	.226*	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.026	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.429**	.347**	1	.319**	.283**	.549**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.005	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.459**	.546**	.319**	1	.379**	.183	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.074	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.492**	.499**	.283**	.379**	1	.156	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000		.126	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	.289**	.226*	.549**	.183	.156	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.004	.026	.000	.074	.126		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.753**	.746**	.708**	.698**	.680**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	6

Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	10

Kualitas Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	6

Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	6

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.33144626	
Most Extreme Differences	Absolute	.113	
	Positive	.113	
	Negative	-.065	
Test Statistic		.113	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.151 ^d	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.144
		Upper Bound	.158

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.502	1.993
	Kualitas Pelayanan	.505	1.980
	Kualitas Produk	.484	2.067

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Harga	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1.000	.629**	.570**	-.033
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.747
		N	97	97	97	97
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.629**	1.000	.592**	.088
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.393
		N	97	97	97	97
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	.570**	.592**	1.000	.099
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.335
		N	97	97	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.033	.088	.099	1.000
		Sig. (2-tailed)	.747	.393	.335	.
		N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.191	1.743		2.405	.018		
	Harga	.498	.088	.503	5.685	.000	.502	1.993
	Kualitas Pelayanan	.093	.042	.194	2.200	.030	.505	1.980
	Kualitas Produk	.199	.089	.201	2.231	.028	.484	2.067

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.191	1.743		2.405	.018
	Harga	.498	.088	.503	5.685	.000
	Kualitas Pelayanan	.093	.042	.194	2.200	.030
	Kualitas Produk	.199	.089	.201	2.231	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296.270	3	98.757	53.967	.000 ^b
	Residual	170.184	93	1.830		
	Total	466.454	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Lampiran 8 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.623	1.353

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup**Daftar Riwayat Hidup**

Nama Lengkap : Nurjanah Putri Sekar Langit

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat & Tanggal Lahir : Sukoharjo, 14 Juli 2001

Alamat : Sambilawang, rt 03 rw 01, Demakan, Sukoharjo

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Email : nurjsekar@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. TK Desa Dukuh 02
2. SD Negeri Dukuh 02
3. SMP Negeri 03 Mojolaban
4. SMA Negeri 01 Mojolaban
5. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 10 Dokumentasi



Lampiran 11 Cek Plagiasi

SKRIPSI PEMBARUAN.docx			
ORIGINALITY REPORT			
24%	29%	13%	20%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		11%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper		1%
3	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source		1%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source		1%
5	repository.uinsu.ac.id Internet Source		1%
6	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper		1%
7	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper		1%
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
9	ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source		1%