

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
RUMAH MAKAN KATIE JUS JUMAPOLO**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Florentina Ambarwati

21120154

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

**2024**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
RUMAH MAKAN KATIE JUS JUMAPOLO**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Florentina Ambarwati

21120154

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Nama** : Florentina Ambarwati  
**NIM** : 21120154  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul** : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo

Disetujui dan Disahkan :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing,



Ari Susanti, S.Pt., M.M.  
NIDN.0323048302

Mengetahui

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn.,M.M.

NIDN. 0606069402

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Florentina Ambarwati  
NIM : 21120154  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan KATIE JUS Jumapolo**

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Menejemen

Hari : Kamis  
Tanggal : 10 april 2025

Tim Penguji Tanda Tangan  
Dosen Pembimbing : Ari Susanti, S.Pt., M.M.  
Dosen Penguji : Dr. Heny Kurnianingsih, S.E., M.M.

()  
()

**MENGETAHUI**  
**Nama STIE Surakarta**  
  
Aditya Liliyan, S.M.B., M.M  
NIDN.0606118902

### **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Nama : Florentina Ambarwati  
NIM : 21120154  
Jurusan/Progdi : Manajemen (S1)  
Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak Plagiat/Menjiplak Karya Penelitian orang lain dan tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dan disebutkan dalam sumber kutipan dan pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surakarta, 2 Oktober 2024

Penulis

  
  
Florentina Ambarwati

---

## **MOTTO & PERSEMBAHAN**

Motto:

“Hidup bukan tentang dipukul lalu membalas, tapi tentang bagaimana kamu mampu berdiri tegak walau banyak pukulan yang kamu terima”

(Ust. Hanan Attaki)

***Fabi'ayyi 'Ālā'i Rabbikumā Tukadhdhibāni.***

Artinya : “Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

(QS. [55] Ar-Rahman : 13 )

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. **AllahSWT** yang telah memberikan limpahan berkah dan nikmat yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tuaku tercinta, **Bapak Heri Susanto** dan **Ibu Darmini** yang telah memberikan dukungan, doa yang tulus dan kasih sayang yang tiada terhingga sampai saat ini.
3. **Ibu Ari Susanti, S.Pt.,M.M.** selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sabar memberikan bimbingan skripsi sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi.
4. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa STIE Surakarta.
5. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan di Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta yang selalu memotivasi, memberi semangat, dukungan, saling bertukar pikiran dan memberi bantuan baik moril maupun non moril selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada **Ayyas Cholis Fakhruddin** yang telah menemani dari awal studi sampai penulis menyelesaikan tugas akhir, suka duka, dukungan, kasih sayang, motivasi dan semangat sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabatku tercinta **Divanda Navaz Mashita Putri** terima kasih yang sudah mendukung, membantuku, berbagi hal-hal kecil menarik untuk diceritakan, berbagi keceriaan, melewati suka dan duka bersama selama ini.
8. **Rumah Makan Katie Jus Jumapolo** terima kasih telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.

## KATA PENGANTAR

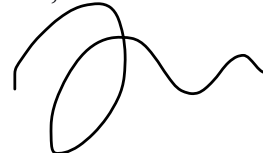
Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo”**. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sudah banyak sekali menerima bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, terutama kepada yang terhormat:

1. Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta;
2. Ari Susanti, S.Pt., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu dan tenaga untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi;
3. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat;
4. Ibu Ketil, dan seluruh Karyawan Rumah Makan Katie Jus Jumapolo yang telah memberikan izin tempat dan membantu proses penyelesaian skripsi ini;

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini perlu dikembangkan dan diuji kembali sehingga lebih bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta.

Surakarta, 2 Oktober 2024



Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                   |             |
|---------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>     | <b>ii</b>   |
| <b>MOTTO.....</b>                                 | <b>iii</b>  |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                        | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                            | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                          | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                         | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                       | <b>x</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>                              | <b>xi</b>   |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>                      |             |
| A...Latar Belakang Masalah.....                   | 1           |
| B...Perumusan Masalah .....                       | 4           |
| C...Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian..... | 4           |
| <br><b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                |             |
| A...Landasan Teori.....                           | 7           |
| 1. Kepuasan Konsumen.....                         | 7           |
| 2. Harga.....                                     | 9           |
| 3. Kualitas Produk.....                           | 12          |
| 4. Kualitas Pelayanan.....                        | 17          |
| B...Penelitian Terdahulu .....                    | 19          |
| C...Kerangka Konseptual .....                     | 22          |
| D...Hipotesis .....                               | 22          |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| A...Lokasi dan Obyek Penelitian.....                 | 25 |
| B... Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 25 |
| C...Populasi dan Sampel.....                         | 28 |
| D...Jenis dan Sumber Data.....                       | 30 |
| E... Metode Pengumpulan Data.....                    | 30 |
| F... Metode Analisis Data.....                       | 30 |

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

|                              |    |
|------------------------------|----|
| A...Identitas Responden..... | 35 |
| B... Analisis Data.....      | 37 |
| C... Pembahasan.....         | 45 |

### **BAB V PENUTUP**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 1....Kesimpulan.....               | 47 |
| 2....Saran.....                    | 47 |
| 3....Keterbatasan Penelitian ..... | 48 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>49</b> |
|----------------------------|-----------|

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>LAMPIRAN .....</b> | <b>52</b> |
|-----------------------|-----------|

## DAFTAR TABEL

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 1. Penelitian Terdahulu.....                                    | 19 |
| 2. ResearchGAP.....                                             | 21 |
| 3. Variabel dan Indikator.....                                  | 26 |
| 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Umur.....          | 35 |
| 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 36 |
| 6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....     | 36 |
| 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....      | 37 |
| 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....                 | 38 |
| 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....      | 38 |
| 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....  | 39 |
| 11. Hasil Uji Reabilitas.....                                   | 39 |
| 12. Hasil Uji Normalitas.....                                   | 40 |
| 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                          | 41 |
| 14. Hasil Uji Multikolinieritas.....                            | 41 |
| 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                      | 42 |
| 16. Hasil Uji t (parsial) .....                                 | 43 |
| 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....                        | 44 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 1.... Kerangka Konseptual ..... | 22 |
|---------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| <b>LAMPIRAN 1</b> Kuisisioner.....     | 52 |
| <b>LAMPIRAN 2</b> Data.....            | 57 |
| <b>LAMPIRAN 3</b> Hasil Olah Data..... | 63 |

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN KATIE JUS JUMAPOLO**

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo, yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo. Dengan fokus pada masalah apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Rumah makan Katie Jus Jumapolo, Karanganyar. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.

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

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT THE KATIE JUS JUMAPOLO EATING HOUSE***

*This research was conducted at the Katie Jus Jumapolo Restaurant, which aims to determine the influence of price, product quality and service quality on consumer satisfaction at the Katie Jus Jumapolo restaurant. By focusing on the issue of whether price, product quality and service quality influence consumer satisfaction at Katie Jus Jumapolo Restaurant. The method used in this research uses quantitative methods. The population in this study were all consumers of Katie Jus Jumapolo Restaurant, Karanganyar. Sampling in this study used non-probability sampling techniques with a sample size of 100 respondents. The results of this research show that Product Price and Quality have a significant influence on Consumer Satisfaction, while Service Quality does not have a significant influence on Consumer Satisfaction at Katie Jus Jumapolo Restaurant.*

**Keywords:** *Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri rumah makan merupakan salah satu industri yang sangat kompetitif, di mana keberhasilan sebuah rumah makan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Laksana (2019), pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan penjual dan pembeli dalam suatu transaksi barang atau jasa. Dengan demikian, konsep pasar lebih menekankan pada aktivitas pertemuan antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk menawarkan produk kepada konsumen. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur penting dalam proses ini, yaitu sumber daya manusia, proses, dan layanan pelanggan. Ketiga unsur tersebut saling terkait dan mempengaruhi. Oleh karena itu, jika salah satu unsur tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat berdampak negatif pada strategi pemasaran secara keseluruhan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul dari perbandingan atau hasil pelayanan yang diterima, baik itu perasaan senang maupun kecewa. Menurut Kotler dalam Sholichah (2020), kepuasan konsumen merupakan kondisi di mana kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi. Sebuah pelayanan akan dianggap memuaskan jika mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, kepuasan konsumen mencerminkan perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang diterima.

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Bashu Swastha (dalam Nasution dkk, 2020). Konsumen akan menilai apakah harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima. Jika harga yang ditetapkan dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas produk yang diberikan, hal ini dapat menurunkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, harga yang terjangkau atau sesuai dengan ekspektasi konsumen dapat meningkatkan persepsi nilai dan pada gilirannya meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah barang untuk memberikan hasil yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga sering kali melebihi harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Dengan kata lain, kualitas produk mencerminkan upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan melibatkan berbagai aspek, termasuk produk itu sendiri, jasa, tenaga kerja, proses, serta lingkungan. Perlu dicatat bahwa kualitas bukanlah sesuatu yang statis, melainkan kondisi yang selalu berubah seiring dengan kebutuhan dan harapan pasar. Tjiptono (2016). Kualitas produk di Rumah Makan Ketti Jumapolo mencakup aspek rasa dan presentasi makanan. Rasa makanan yang lezat dan konsisten akan meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen sering kali menginginkan pengalaman kuliner yang memuaskan dan berkesan, yang dapat diberikan melalui kualitas rasa yang baik dari menu-menu yang disajikan. Selain itu, presentasi makanan yang menarik dan rapi juga memberikan nilai tambah dalam pengalaman bersantap.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama dalam meraih kesuksesan. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sekaligus sejalan dengan harapan mereka. Di tengah persaingan yang ketat di sektor rumah makan di Kota Manado, penting bagi pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang fokus pada konsumen. Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen antara lain adalah kualitas pelayanan, yang mencakup kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), serta bukti fisik (tangibles). Kualitas pelayanan yang baik di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Fokus pada kecepatan, keramahan, ketersediaan, kebersihan, kemudahan transaksi, dan respons terhadap keluhan adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, restoran ini dapat membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan memastikan mereka kembali datang serta merekomendasikan kepada orang lain.

Rumah Makan Katie Jus pusatnya berada di belakang terminal Bus Kecamatan Jumapolo . Rumah Makan Katie ini awalnya merupakan sebuah kedai minuman jus yang bernama “Katie Jus” yang kemudian merambah berkembang menjadi Rumah Makan yang menyediakan aneka makanan. Rumah Makan Katie melayani para konsumennya setiap hari dari jam 8 pagi sampai 4 sore.

Produk yang ditawarkan kepada konsumen di Rumah Makan Katie meliputi steak ayam ,ayam kremes, pecel lele, somay dan aneka minuman jus buah. Rumah Makan Katie dapat dikatakan rumah makan dengan tingkat pengunjung yang cukup tinggi. Dengan demikian Rumah Makan Katie menjamin kepuasan konsumen yang menikmati produknya.

Dengan faktor tersebut, rumah makan Katie Jus Jumapolo perlu memperhatikan dan mengelola harga, kualitas produk, dan pelayanan dengan baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya mendatangkan pelanggan kembali, tetapi juga meningkatkan daya saing rumah makan dalam pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka perlu diteliti tentang: **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KATIE JUMAPOLO”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo?
2. Apakah kualitas produk memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Katie Jus Jumapolo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo?

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.
- b. Mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.
- c. Menilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini berfungsi sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan dan wawasan yang diperoleh selama masa perkuliahan, serta dapat diterapkan dalam dunia kerja.

#### **b. Bagi Rumah Makan Katie Jus**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran mengenai bagaimana harga, kualitas produk, dan kualitas

pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo. Hal ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk inovasi produk dan perbaikan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna sebagai pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis di masa mendatang. Kami juga berharap informasi ini dapat memberikan kontribusi dalam pengetahuan dan pustaka bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepuasan Konsumen (Y)**

###### **a. Pengertian kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen, atau pelanggan, adalah perasaan yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya. Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017), hal ini menjadi penting dalam menentukan tingkat kepuasan. Selain itu, Kasmir (2016) menambahkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian yang dibuat oleh konsumen terhadap penggunaan barang dan jasa, yang kemudian dibandingkan dengan ekspektasi mereka sebelum menggunakannya. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa jika kinerja perusahaan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan berisiko merasa kecewa.

Tingkat kepuasan dapat dipahami sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang dimiliki. Konsumen umumnya dapat mengidentifikasi satu dari tiga tingkat kepuasan: jika kinerja yang diberikan berada di bawah harapan, mereka akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasakan kepuasan. Dan, ketika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas.

###### **b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Indrasari (2019) berpendapat dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan :

### 1) Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diukur melalui hasil yang dihasilkan. Jika produk mampu memberikan manfaat yang nyata bagi penggunanya, ini menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

### 2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi perhatian utama bagi pengguna, terutama dalam konteks penyedia layanan jasa. Selain mempertimbangkan kualitas produk, kualitas pelayanan juga sangat penting karena dapat memberikan kepuasan yang signifikan bagi pengguna.

### 3) Emosional

Emosional berkaitan dengan perasaan yang muncul dari diri pengguna layanan. Kepuasan yang diperoleh dari aspek emosional berbeda, karena rasa puas ini tidak semata-mata berasal dari produk atau pelayanan yang baik, tetapi juga karena pengaruh merek, khususnya merek-merek yang sudah terkenal.

### 4) Harga

Harga menjadi faktor yang sangat diperhatikan oleh pengguna layanan jasa. Umumnya, harga yang relatif terjangkau akan lebih menarik minat pengguna.

### 5) Biaya

Kesepakatan mengenai harga di awal sangat penting dan harus dilakukan dengan bijak. Jika ada biaya tambahan yang harus dibayar oleh pelanggan setelah menerima layanan, hal ini dapat menimbulkan rasa kecewa.

## c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019), indikator kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harapan: Kepuasan pelanggan tidak diukur secara langsung, melainkan disimpulkan dari sejauh mana harapan pelanggan sejalan dengan kinerja nyata perusahaan.
- 2) Minat berkunjung kembali: Kepuasan pelanggan juga dapat diukur dengan menanyakan kepada mereka apakah mereka berniat untuk membeli atau menggunakan kembali layanan dari perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan: Indikator kepuasan ini diukur dengan menanyakan apakah pelanggan bersedia merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

## **2. Harga ( X1 )**

### **a. Pengertian Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk atau jasa, serta nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut (Mardia et al. , 2021). Menurut Indrasari (2019), harga diartikan sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan suatu produk. Habibah dan Sumiati (2020) menambahkan bahwa harga mencakup jumlah nilai barang dan jasa yang ditawarkan sebagai imbalan untuk pertukaran. Dalam pandangan Riyono dan Budiharja (dalam Melati dan Dwijayanti, 2020), harga berfungsi sebagai media pertukaran barang atau jasa bagi konsumen.

Pentingnya penetapan harga semakin terasa, mengingat bahwa keputusan harga akan memengaruhi persepsi pelanggan secara langsung. Harga yang tepat memiliki dampak besar terhadap laba perusahaan, sehingga sangat krusial bagi perusahaan untuk menetapkan harga secara cermat untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, perusahaan perlu memahami berbagai strategi penetapan harga yang ada. Dari berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan.

b. Strategi Penetapan Harga

Menurut Rahman (2020), dalam proses penetapan harga terdapat tiga tujuan utama yang bisa dijadikan orientasi:

1) Pendapatan

Bagi sebagian besar perusahaan, pendapatan menjadi orientasi utama dalam strategi penetapan harga.

2) Kapasitas

Di beberapa sektor bisnis, penting untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran agar kapasitas produksi dapat dimanfaatkan secara optimal.

3) Pelanggan

Untuk menetapkan harga yang paling tepat bagi konsumen, perlu dilakukan penyesuaian berdasarkan segmen pasar, daya beli, dan jenis-jenis konsumen. Oleh karena itu, harga memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

c. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), ada beberapa indikator harga yang dapat digunakan untuk menilai kesesuaian harga, yaitu sebagai berikut:

1) Keterjangkauan harga

Ini berarti konsumen dapat mengakses harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen biasanya membandingkan harga suatu produk dengan produk lain yang sejenis.

3) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen cenderung memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang diterima setara atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

#### d. Persepsi Harga

Rivai dan Zulfitri (2021) menyatakan bahwa persepsi harga adalah suatu parameter yang diamati berdasarkan jumlah uang yang dibayarkan oleh pelanggan untuk produk atau jasa yang telah mereka beli. Menurut Kotler et al (2018) terdapat 4 elemen untuk menentukan persepsi harga yaitu:

- 1) harga sesuai dengan kualitas produk
- 2) keterjangkauan pada harga
- 3) harga sesuai dengan manfaat
- 4) harga bisa dipersaingkan

Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara persepsi harga dan keputusan pembelian, seperti yang diungkapkan oleh Setiagraha et al. (2021), Suheri et al. (2021), Sutrisno et al. (2020), Wijaya dan Zulfa (2017), serta Yulianingsih et al. (2020). Namun, hasil yang berbeda muncul dari penelitian lain yang menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Rahman dan Syardiansah, 2021; Saktiawan dan Harsono, 2021).

Dari berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator pengertian harga mencakup keterjangkauan harga barang, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga antar penjual, serta kesesuaian harga barang dengan manfaat yang diterima oleh konsumen.

### 3. Kualitas Produk (X2)

#### a. Pengertian kualitas produk

Arinawati (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk mencakup keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan, baik yang terungkap maupun yang bersifat implisit. Sementara itu, Yunita (2021) mendefinisikan kualitas produk

sebagai sekumpulan ciri atau karakteristik dari barang dan jasa yang memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan. Ini mencakup aspek-aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan, serta atribut lain yang relevan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan dari definisi-definisi yang telah dikemukakan oleh para peneliti di atas bahwa kualitas produk adalah sejauh mana produk tersebut dapat secara konsisten memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan hasil penilaian dari pelanggan mengenai seberapa baik produk tersebut sesuai dengan harapan dan tujuan mereka.

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Gunawan (2022) mengidentifikasi beberapa faktor yang secara langsung mempengaruhi kualitas produk, di antaranya adalah:

##### 1. Pasar

Jumlah produk baru yang berkualitas tinggi yang ditawarkan di pasar terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Saat ini, konsumen semakin menuntut produk yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ruang lingkup pasar pun semakin luas dan fungsional, dengan spesialisasi yang lebih dalam terhadap barang-barang yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang beroperasi, pasar cenderung bersifat internasional dan global. Oleh karena itu, bisnis harus lebih fleksibel dan mampu beradaptasi dengan cepat.

##### 2. Uang

Ketatnya persaingan di berbagai bidang, bersamaan dengan fluktuasi ekonomi global, telah mengakibatkan penurunan margin laba. Sementara itu, kebutuhan untuk otomatisasi dan mekanisasi mendorong perusahaan untuk mengeluarkan biaya besar dalam proses dan peralatan baru. Hal ini mendorong manajer untuk memfokuskan perhatian pada biaya kualitas

sebagai salah satu "titik lunak" di mana biaya operasi dan kerugian bisa diminimalisir untuk meningkatkan laba.

### 3. Manajemen

Tanggung jawab terhadap kualitas kini telah didistribusikan di antara berbagai kelompok khusus. Divisi pemasaran, melalui fungsi perencanaan produknya, kini memiliki kewajiban untuk menetapkan persyaratan produk. Sementara itu, departemen desain bertanggung jawab untuk merancang produk yang memenuhi kriteria tersebut. Kondisi ini menambah beban pada manajemen puncak, terutama dalam hal alokasi tanggung jawab yang tepat untuk mengatasi penyimpangan dari standar kualitas yang ditetapkan.

### 4. Manusia

Pertumbuhan pesat dalam pengetahuan teknis serta munculnya bidang-bidang baru seperti elektronika dan komputer memunculkan permintaan besar akan tenaga kerja dengan keahlian khusus. Secara bersamaan, situasi ini menciptakan kebutuhan akan ahli teknik sistem yang mampu berkolaborasi di seluruh disiplin ilmu untuk merencanakan, menciptakan, dan mengoperasikan berbagai sistem, guna memastikan hasil yang diinginkan.

### 5. Motivasi

Penelitian mengenai motivasi manusia mengungkapkan bahwa pekerja masa kini, selain menginginkan imbalan finansial, juga membutuhkan pengakuan akan kontribusi mereka terhadap keberhasilan dalam pekerjaan. Ada kebutuhan baru akan pendidikan mengenai kualitas dan komunikasi yang lebih baik terkait kesadaran tentang kualitas.

### 6. Bahan

Karena kebutuhan akan biaya produksi dan standar kualitas yang lebih tinggi, para insinyur kini lebih selektif dalam memilih

bahan. Akibatnya, spesifikasi untuk bahan menjadi semakin ketat dan keberagaman bahan yang tersedia pun meningkat.

#### 7. Mesin dan Mekanisasi

Permintaan dari perusahaan untuk menekan biaya sambil meningkatkan volume produksi demi kepuasan pelanggan mendorong penggunaan peralatan pabrik yang semakin kompleks dan bergantung pada kualitas bahan yang digunakan. Kualitas produk menjadi sangat krusial untuk menjaga efisiensi waktu kerja mesin, agar fasilitas produksi dapat dimanfaatkan secara maksimal.

#### 8. Metode Informasi Modern

Perkembangan teknologi komputer membuka peluang untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil, dan memanipulasi informasi dalam skala yang sebelumnya tak terbayangkan. Teknologi informasi terbaru memungkinkan kontrol terhadap mesin dan proses selama produksi serta pemantauan produk bahkan setelah sampai ke tangan konsumen. Metode pemrosesan data yang inovatif memberikan kemampuan untuk mengelola informasi secara efektif, akurat, tepat waktu, dan bersifat ramalan, yang mendasari keputusan yang akan memengaruhi masa depan bisnis.

#### 9. Persyaratan Proses Produksi

Permintaan yang terus meningkat akan produk berkualitas membawa pada penetapan standar dan prosedur yang lebih ketat dalam proses produksi, untuk memastikan konsistensi dan keandalan produk yang dihasilkan. Kemajuan yang pesat dalam desain produk mengharuskan adanya standar yang lebih ketat dalam seluruh proses pembuatan. Peningkatan kebutuhan akan performa yang lebih tinggi menekankan pentingnya aspek keamanan dan keandalan produk. Berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk tersebut, dapat disimpulkan

bahwa tampilan fisik suatu produk tidak hanya dinilai dari bentuk saja, melainkan juga dari warna dan kemasannya. Selain itu, biaya yang terkait dengan memperoleh suatu barang, termasuk harga barang tersebut dan biaya distribusinya hingga sampai ke tangan pembeli, juga menjadi pertimbangan penting.

c. Indikator kualitas produk

Menurut Amrullah et al. (2016), kualitas produk dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:

- 1) Kinerja (*Performance*): Ini berkaitan dengan karakteristik operasional dasar dari suatu produk.
- 2) Daya Tahan (*Durability*): Mengacu pada berapa lama suatu produk dapat bertahan sebelum perlu diganti. Semakin sering digunakan oleh konsumen, semakin besar daya tahan produk tersebut.
- 3) Fitur (*Features*): Karakteristik tambahan yang dirancang untuk meningkatkan fungsi produk atau menarik minat konsumen.
- 4) Reliabilitas (*Reliability*): Merupakan probabilitas bahwa produk akan berfungsi secara memuaskan dalam jangka waktu tertentu. Produk yang memiliki kemungkinan kerusakan yang rendah dapat dianggap lebih dapat diandalkan.
- 5) Estetika (*Aesthetics*): Berhubungan dengan penampilan fisik produk, seperti bentuk, model, dan desain yang artistik.
- 6) Kesan Kualitas (*Perceived Quality*): Sering kali dianggap sebagai hasil pengukuran kualitas yang dilakukan secara tidak langsung, karena terkadang konsumen tidak sepenuhnya memahami produk atau mengalami kekurangan informasi mengenainya.

#### 4. Kualitas Pelayanan (X3)

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Manengal (2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang erat kaitannya dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan, yang harus dapat

memenuhi atau bahkan melebihi yang diharapkan oleh konsumen. Armaniah et al. (2019) menambahkan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan tingkat layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Sementara itu, Pertiwi (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan, sekaligus melibatkan pengendalian terhadap tingkat keunggulan tersebut agar sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan yang bersifat intangible, namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari sejauh mana layanan yang diberikan telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Menurut Rolando (2018), terdapat empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Perhatian dan Pemeliharaan: Pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan sistem operasional mampu menyelesaikan masalah yang mereka hadapi.
- 2) Spontanitas: Karyawan perlu menunjukkan inisiatif dan keinginan untuk menyelesaikan masalah yang dialami oleh konsumen secara proaktif.
- 3) Penyelesaian Masalah: Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- 4) Perbaikan: Apabila terjadi situasi yang tidak diinginkan, penting untuk memiliki personel yang siap mengimplementasikan langkah-langkah khusus guna menangani kondisi tersebut.

c. Indikator kualitas pelayanan

Menurut Fitzsimmons, seperti yang diungkapkan oleh Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015), terdapat lima indikator yang mengukur Kualitas Pelayanan, yaitu:

1. *Reliability*: Indikator ini menunjukkan pentingnya penyampaian Kualitas Pelayanan yang tepat dan akurat.
2. *Tangibles*: Menekankan pada penyediaan sumber daya yang memadai dan berkualitas.
3. *Responsiveness*: Menggambarkan keinginan untuk melayani konsumen dengan cepat dan efisien.
4. *Assurance*: Berfokus pada perhatian yang tinggi terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. *Empathy*: Menunjukkan tingkat keinginan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen.

d. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

| <u>No</u> | <u>Peneliti</u> | <u>Judul</u>                                                                                                             | <u>Alat Analisis</u>             | <u>Hasil Penelitian</u>                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Rabiah, 2020    | Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. | Analisis Regresi Linier Berganda | Variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Nesmilo Samarinda. Namun, jika dilihat dari segi variabel secara terpisah, |

|    |                                                              |                                                                                                                                         |                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                              |                                                                                                                                         |                                  | kualitas produk menunjukkan pengaruh signifikan yang negatif terhadap kepuasan konsumen, sementara variabel harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.                                                                                                                  |
| 2. | Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin, 2020                     | Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sate Kelinci                               | Analisis Regresi Linear Berganda | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, lokasi juga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. |
| 3. | Gahensya Keloay, Wehelmina Rumawas, dan Sandra Asaloei, 2019 | Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. | Analisis Regresi Linier Berganda | Variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang                                                                                                                                     |

|    |                                                                      |                                                                                                                           |                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                      |                                                                                                                           |                                  | Manado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4. | Surya Sumardi, dan Catarina Cori Pradnya Paramita, 2019              | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Wilayah Jakarta Utara. | Analisis Regresi Linier Berganda | Bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara harga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, suasana toko juga menunjukkan pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. |
| 5. | Faiz Hanifudin, Tsalis Syaifuddin dan Leonardo Budi Hasiholan, 2017. | Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto.       | Analisis Regresi Linier Berganda | Seluruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan lokasi, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM Ayam Djogjakarto.                                                                                                                                                |

| No | Judul                                                                                                                                                         | Variabel                  | Pengaruh   |       |                  |       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------|-------|------------------|-------|
|    |                                                                                                                                                               |                           | Signifikan |       | Tidak Signifikan |       |
|    |                                                                                                                                                               |                           | ( + )      | ( - ) | ( + )            | ( - ) |
| 1. | Pengaruh <u>Kualitas Produk</u> , <u>Harga</u> , dan <u>Kualitas Pelayanan</u> terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Nesmilo di Samarinda               | Kualitas produk (X1)      |            | ✓     |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Harga ( X2 )              |            |       |                  | ✓     |
|    |                                                                                                                                                               | Kualitas pelayanan ( X3 ) | ✓          |       |                  |       |
| 2. | Pengaruh <u>Kualitas Produk</u> , <u>Kualitas Pelayanan</u> , dan <u>Lokasi</u> terhadap kepuasan konsumen Sate Kelinci mas Asep di Jember                    | Kualitas produk (X1)      |            |       |                  | ✓     |
|    |                                                                                                                                                               | Kualitas pelayanan (X2)   | ✓          |       |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Lokasi (X3)               |            |       |                  | ✓     |
| 3. | Pengaruh <u>Kualitas Produk</u> , <u>Harga</u> , dan <u>Kualitas Pelayanan</u> terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Dabu-Dabu iris fresh wenang Manado | Kualitas produk ( X1 )    | ✓          |       |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Harga ( X2 )              | ✓          |       |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Kualitas pelayanan(X3)    | ✓          |       |                  |       |
| 4. | Pengaruh <u>Kualitas Pelayanan</u> , <u>Harga</u> , dan <u>Store atmosphere</u> terhadap kepuasan konsumen vwarunk upnormal wilayah Jakarta Utara             | Kualitas Pelayanan (X1)   |            |       | ✓                |       |
|    |                                                                                                                                                               | Harga (X2)                | ✓          |       |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Store Atmosfere (X3)      |            |       | ✓                |       |
| 5. | Analisis <u>Kualitas Pelayanan</u> , <u>Harga</u> , dan <u>Lokasi</u> terhadap                                                                                | Kualitas Pelayanan ( X1 ) | ✓          |       |                  |       |
|    |                                                                                                                                                               | Harga (X2 )               | ✓          |       |                  |       |

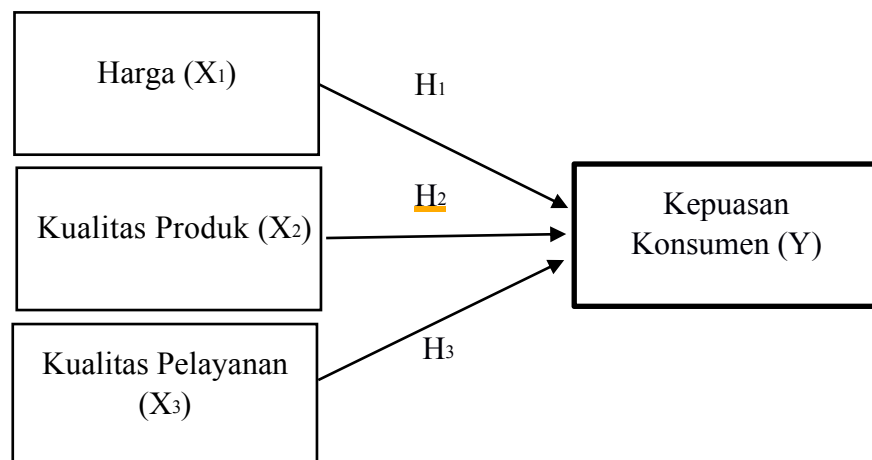
Tabel 2. Research GAP

|  |                                                                     |             |   |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------|-------------|---|--|--|--|
|  | kepuasan konsumen<br>pada rumah makan<br>Ayam geprek<br>Djogjakarta | Lokasi (X3) | ✓ |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------|-------------|---|--|--|--|

#### e. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2020), kerangka konseptual berfungsi untuk memberikan gambaran umum tentang objek penelitian, yang dilakukan dalam konteks variabel-variabel yang ada.

Berdasarkan hubungan konseptual yang telah dijelaskan di atas, maka diperoleh hubungan konseptual tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran di atas untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

#### f. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang dapat diuji melalui pengumpulan data dan analisis. Hipotesis harus disusun dengan jelas karena untuk menunjukkan hubungan yang dapat diuji antara dua variabel atau lebih

dalam konteks penelitian yang dilakukan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Menurut Gahensya Keloay (2019), harga merupakan faktor utama dalam menentukan nilai suatu produk. Semakin ekonomis harga yang ditawarkan, ditambah dengan kualitas produk yang memuaskan, maka konsumen akan semakin tertarik dan merasa puas. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk kembali mengunjungi tempat tersebut. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh, Wenang Manado (Gahensya Keloay, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh, Wenang Manado.

2. Kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Menurut Gahensya Keloay (2019), kualitas produk adalah faktor penting yang berkaitan dengan sejauh mana produk mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh, Wenang Manado, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh, Wenang Manado.

3. Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Menurut Rabiah (2020), kualitas pelayanan adalah karakteristik yang mampu memenuhi kebutuhan, baik yang secara eksplisit dinyatakan maupun yang tersirat. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nesmilo Samarinda (Rabiah, 2020).

Dengan demikian, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nesmilo Samarinda.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo
3. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil Kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan, dan harga tersebut harus mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen untuk menciptakan kepuasan yang optimal.
2. Tetap menggunakan bahan berkualitas, menjaga konsistensi rasa, memperkenalkan variasi menu, dan mempertimbangkan tren makanan sehat adalah faktor utama yang perlu diperhatikan
3. Mengutamakan pelatihan yang baik untuk karyawan, menjaga konsistensi pelayanan, memberikan pengalaman pelanggan yang menyenangkan, dan mendengarkan umpan balik konsumen akan berkontribusi pada kepuasan konsumen yang lebih tinggi

#### **C. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan yang membuat proses penelitian ini cukup menyita waktu, Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner, sehingga peneliti tidak dapat mengantisipasi terjadinya kesalahan atau ketidakmampuan responden dalam menjawab pertanyaan.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan belum mampu memprediksi secara sempurna terhadap Kepuasan Konsumen. Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Variabel yang diteliti hanya terbatas pada tiga variabel sehingga dalam penelitian selanjutnya ada penambahan variabel kemungkinan akan membuat variabel hasil pengamatan yang bisa saling melengkapi.
3. Pendapat indikator per variabel adalah sesuai dengan kriteria setiap variabelnya dan jika perlu indikatornya ditambahkan agar lebih detail dan tepat analisis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amitha, F. (2021). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (study kasus warga pondok ungu permai blok nn)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 15. <https://adoc.tips/pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-citra-merek-terhadap-kepu.html>
- Arinawaty, E., dan B. Suryadi. 2021. *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran*. Penerbit Grasindo : Jakarta. Hal 164.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747. <https://bmspeed7.com>.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Handayani, T., & Anwar Fathoni. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*. [https://books.google.co.id/books?id=MEnGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tati+handayani+dan+fathoni&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjWiJ\\_TuvzsAhWh7HMBHbm\\_rDKgQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=tati+handayani+dan+fathoni&f=false](https://books.google.co.id/books?id=MEnGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tati+handayani+dan+fathoni&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjWiJ_TuvzsAhWh7HMBHbm_rDKgQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=tati+handayani+dan+fathoni&f=false)
- Indrasari, Y. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 86-96.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsipprinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Prentice-Hall Published, New Jersey.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar

- Manengal, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 105-118.
- Mardia, *et al.* 2021. *Strategi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Nasution, dkk (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee". *Jurnal Ecobisma*. Vol. 7, No. 1 Tahun 2020, Hal. 43-53.
- Pertiwi, Dewi. 2021. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Prabowo, A. N. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian roti romadhoni di jalan raya bareng sidorejo krian sidoarjo* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA).
- Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Priharto. (2020). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis*.
- Putra, A. V., Qaeda, M. I., Rasyid, M. A., Saputra, F. A., Khumairoh, H., Fiola, N., ... & Mulyanti, K. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen kosmetik wardah. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(11), 121-130.
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 65. <https://doi.org/10.54144/Jadbis.V8i1.3259>
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). "The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa." *\*Journal of Business and Management Studies*, 3\*(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna iphone (survei pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Sembiring, B. P. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko sayur kita medan* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY).
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131-141.
- Sholichah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Dk Suarabaya*. (Doctoral dissertation, Universitas I7 Agustus 1945 Surabaya).
- Tjiptono Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yunita, Y., & Elihami, E. (2021). Pembelajaran Jarak Jauh Dengan Media E-Learning: Diskursus Melalui Problem Solving Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 2(1), 133-146.

**LAMPIRAN 1.**  
**KUESIONER PENELITIAN**

Responden Yth,

Perkenalkan, saya Florentina Ambarwati Mahasiswa program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang sedang menempuh Tugas

Akhir untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Katie Jus Jumapolo"**. Untuk menunjang kelancaran penelitian ini, saya mohon ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Seluruh data dan identitas yang diberikan saudara/i hanya digunakan untuk penelitian dalam menyelesaikan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Atas Partisipasi, bantuan dan ketersediaan saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Florentina Ambarwati

## KUESIONER

### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan
4. Pekerjaan :

### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri atas kolom pernyataan dan kolom jawaban dengan lima pilihan jawaban yaitu :
  - a. Sangat setuju (SS) : Nilai 5
  - b. Setuju (S) : Nilai 4
  - c. Netral (N) : Nilai 3
  - d. Tidak Setuju (TS) : Nilai 2
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai 1
2. Pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi, perasaan dan pengalaman anda dengan memberi tanda (√) pada kolom yang sesuai.
3. Isilah sesuai nomer dalam kuesioner ini dan mohon jangan ada yang terlewat.

### C. Daftar Kuisisioner

#### 1. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN

| NO | Pernyataan                                                                                                   | SS | S | N | TS | STS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1. | Konsumen merasa puas dengan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo. |    |   |   |    |     |

|    |                                                                                                                                 |  |  |  |  |  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2. | Dengan harga yang terjangkau dan kualitas rasa yang baik konsumen akan memiliki daya tarik tersendiri untuk berkunjung kembali. |  |  |  |  |  |
| 3. | Konsumen merasa Rumah Makan Katie Jus Jumapolo layak untuk direkomendasikan kepada orang lain.                                  |  |  |  |  |  |

## 2.VARIABEL HARGA

| No | Pernyataan                                                                                | SS | S | N | TS | STS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Harga yang diberikan Rumah Makan Katie Jus sangat terjangkau di semua kalangan.           |    |   |   |    |     |
| 2  | Harga yang ditawarkan di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo sesuai dengan kemampuan konsumen. |    |   |   |    |     |
| 3  | Harga produk di Rumah Makan Katie Jus Jumapolo sesuai dengan manfaat produknya.           |    |   |   |    |     |

## 3.VARIABEL KUALITAS PRODUK

| NO | Pernyataan                                                                                                                                          | SS | S | N | TS | STS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Makanan dan minuman yang disajikan oleh Rumah Makan Katie Jus Jumapolo sesuai dengan standar waktu dan rasa yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. |    |   |   |    |     |
| 2  | Makanan dan Minuman yang ditawarkan                                                                                                                 |    |   |   |    |     |

|   |                                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|   | oleh Rumah Makan Katie Jus Jumapolo semua dalam kondisi masih segar atau fresh.                                             |  |  |  |  |  |
| 3 | Adanya makanan dan minuman yang khusus untuk konsumen yang ingin makan atau minum sehat yang bisa menjadi fitur daya tarik. |  |  |  |  |  |
| 4 | Rumah makan Katie Jus Jumapolo mampu diandalkan ketika konsumen memesan makanan atau minuman yang sesuai diminta.           |  |  |  |  |  |
| 5 | Penyajian makanan dan minuman dalam Rumah makan Katie Jus Jumapolo begitu modern dan cukup kreatif.                         |  |  |  |  |  |
| 6 | Ulasan online pada makanan dan minuman Rumah makan Katie Jus Jumapolo memiliki kualitas yang baik.                          |  |  |  |  |  |

#### 4.VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

| NO | Pernyataan                                                                                              | SS | S | N | TS | STS |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1. | Pada Rumah makan Katie Jus Jumapolo penyajian sesuai dengan pesanan dan waktu pelayanan yang konsisten. |    |   |   |    |     |
| 2. | Rumah makan Katie Jus Jumapolo semua lingkungan bersih serta fasilitas yang begitu memadai.             |    |   |   |    |     |
| 3. | Pelayanan yang cepat merespon saat                                                                      |    |   |   |    |     |

|    |                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|    | konsumen meminta informasi tambahan.                                                                               |  |  |  |  |  |
| 4. | Rumah makan Katie Jus Jumapolo menjamin staf bertanggung jawab terhadap pelayanan.                                 |  |  |  |  |  |
| 5. | Staf memiliki rasa peduli terhadap kebutuhan konsumen yang memiliki alergi terhadap makanan atau minuman tertentu. |  |  |  |  |  |