



## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli**

<sup>1</sup>Pinkan Mahardika, <sup>2</sup>Annisa Febrina  
<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Panca Budi,  
Indonesia

Email: [finkanmahardika14@gmail.com](mailto:finkanmahardika14@gmail.com), [annisafebrina@doesen.pancabudi.ac.id](mailto:annisafebrina@doesen.pancabudi.ac.id)  
Correspondence Author: [annisafebrina@doesen.pancabudi.ac.id](mailto:annisafebrina@doesen.pancabudi.ac.id)

---

**Abstract.** This study aims to find out and analyze the influence of Product Quality, Price and Service Quality on Customer Satisfaction. The location of the research was carried out at Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. The sample in this study was 85 people. The analysis method in this study is multiple linear regression analysis and processed with the help of SPSS v. 25. The results of the study showed that there was a significant influence between Product Quality and Customer Satisfaction in Chicken Penyet Sambel Pecak Kak Juli. There is a significant influence between Price on Customer Satisfaction in Chicken Penyet Sambel Pecak Kak Juli. There was no significant influence between Service Quality and Customer Satisfaction at Chicken Penyet Sambel Pecak Kak Juli. Meanwhile, simultaneously Product Quality, Price and Service Quality simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction at Chicken Penyet Sambel Pecak Kak Juli. The contribution of the influence of these variables is 30.2%.

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

**Article history:** Received: Jan 2025; Revised: Jan 2025; Accepted: Jan 2025; Available online: Jan 2025

**How to cite this article:** Pinkan Mahardika, Annisa Febrina. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. *Journal of Community Research and Service*,-(-).

---

### **1. Pendahuluan**

Di era yang kompetitif ini, banyak terdapat warung kuliner kecil, menengah, dan besar di Indonesia. Banyak sekali perusahaan yang bergerak di bidang kuliner khususnya di kota Medan. Kota Medan dihuni oleh etnis Melayu, Batak, Jawa berbaur dengan Tionghoa dan India. Multikultural inilah yang membuat kuliner di Medan begitu beragam. Maka tidak heran bila Medan kerap menjadi tujuan untuk berwisata kuliner. Kota Medan memang memiliki kuliner-kuliner yang mampu menggoda lidah para wisatawannya (Febrina, 2016). Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pengusaha untuk dapat memaksimalkan efisiensi usahanya agar dapat bersaing di pasar global. Dengan adanya Kualitas Pelayanan dalam bisnis kuliner, tidak hanya mempengaruhi jumlah konsumen tapi dapat diasumsikan bisa menjadikan bisnis tersebut untuk jangka panjang, akan tetapi pengaruh persaingan bisnis dengan bisnis yang sama akan menjadi tantangan lain dimana tidak hanya sekedar Service of Excellent tapi

juga memperhatikan dari kualitas produk dan kualitas harga Oleh sebab itu pelayanan untuk kepada konsumen diharapkan memiliki kualitas yang dapat diandalkan atau dipercaya. Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan atau bisnis. Keberhasilan bisnis kuliner dalam memberikan layanan yang berkualitas pada para pelanggan ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas jasa pelayanan menjadi hal yang utama bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dalam mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Hal ini menjadi sebuah fenomena yang menarik bagaimana kepuasan pelanggan seharusnya, sehingga berdampak pada kelayalitan nasabah.

Untuk hanya mendapatkan pelanggan mungkin relatif mudah dibanding untuk membuatnya menjadi loyal. Butuh kualitas pelayanan yang tinggi untuk menjadikan pelanggan puas dan loyal. Pelanggan yang puas tidak hanya akan membeli produk, tetapi dapat juga menjadi agen pemasaran produk lewat "word of mouth". Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap bisnis. Selain memenuhi kebutuhan pelanggan, hal ini dapat meningkatkan keunggulan kompetitif peneliti. Pelanggan yang puas terhadap produk dan layanan cenderung membeli produk tersebut lagi di masa mendatang. Artinya, kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam pembelian berulang, yang merupakan faktor terbesar dalam volume penjualan warung (Puri, 2016). Bahwa dengan mempertahankan pelanggan bisa menaikkan keuntungan perusahaan dalam angka yang signifikan (Puri, 2016).

Keberadaan Warung Ayam Pecak kak Juli yang terbilang masih baru di kota Medan dibandingkan dengan warung kuliner yang sejenis, masih memerlukan sedikit tantangan dalam persaingan bisnis kuliner, oleh karena itu Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli harus memastikan seluruh indikator Kualitas pelayanan telaksan dengan baik. Sehingga Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli harus mempunyai strategi yang itu guna mempertahankan eksistensinya. Perlu upaya mewujudkan hubungan yang baik kepada konsumen serta kepercayaan antar pihak secara kontinyu dan bertahan lama. Hubungan ini akan tetap terbangun jika Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli selalu memperhatikan kualitas pelayanannya. Penerapan persaingan antar pelaku usaha mengharuskan lapak pasar mempunyai strategi untuk menjaga kepercayaan konsumen. Strategi yang digunakan bermacam-macam, namun untuk mendapatkan keuntungan, suatu bisnis harus mengutamakan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan puas maka hubungan pemasaran dengan pelanggan akan baik dalam jangka panjang dan status konsumen dapat berubah menjadi pelanggan. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Perlu diketahui bahwa kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga eksistensi toko ini, menciptakan kepuasan pelanggan dan mencegah pelanggan mencoba produk lain. Guna meningkatkan kualitas produknya, Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli harus dapat terus berinovasi dalam menyajikan produknya karena pelanggan saat ini mempunyai ekspektasi yang berbeda-beda dan sedikit berubah terhadap produk yang dikonsumsinya.

Namun karakteristik stand harus selalu diperhatikan, yang juga menjadi poin penting bagi pelanggan. Menurut (A. & Berry, 2018) dalam (Saputri, 2018) bahwa kepuasan adalah respon konsumen guna memenuhi kebutuhannya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalamannya terhadap produk yang ditawarkan. Survei yang diperoleh menunjukkan bahwa pelanggan cenderung membangun nilai-nilai tertentu. Nilai ini mempengaruhi pelanggan, yang dapat membandingkan produk alami mereka dengan produk pesaing. Keinginan dan kebutuhan memang harus dipenuhi, namun bukan berarti semuanya diserahkan kepada pelanggan. Upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan harus dilakukan dengan cara yang hemat biaya atau dengan cara yang memuaskan kedua belah pihak dan tidak merugikan siapa pun (Nurdian et al., 2023).

Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli merupakan salah satu warung yang berada di daerah warga Medan. Didirikan pada tahun 2020 oleh Buk Juli, berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 30, depan kampus Universitas Pembangunan Pancabudi. Kesuksesan Warung Ayam Pecak Kak Juli tidak hanya memikat pelanggan dengan menu unggulannya, namun juga para pelajar dan karyawan baik laki-laki maupun perempuan. Semakin baik produk yang kita miliki maka akan semakin baik peminat dari produk kita, peranan dalam harga bersaing juga diterapkan dengan banyaknya produk yang ditawarkan sehingga harga yang sedikit bisa berkurang, inilah tak-tik dalam menerapkan keunggulan dalam bersaing (Harianto et al., 2023). Dengan persaingan yang semakin ketat, Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli harus berbuat lebih dari sebelumnya dan tentunya mempertimbangkan apa yang dilakukannya, masih belum ada dan perlu dikembangkan lebih lanjut.

Dalam setiap warung makan, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk keberlangsungan warung makan dalam kegiatan bisnisnya. Warung makan harus berupaya menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap setia untuk mengkonsumsi produk yang disediakan warung makan. Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) kepuasan konsumen merupakan konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut (Crosby, 2017) kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Perencanaan barang yang dihasilkan harus benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), mendefinisikan “Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Sedangkan menurut (Stanton, 2012), “Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh barang) yang dibutuhkan.

(Kotler & Keller, 2017) berpendapat pelayanan merupakan setiap tindakan dan kegiatan dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pembentukan konsumen berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setiadi, 2018) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli menyimpulkan bahwasannya ada beberapa masalah kelemahan dari kualitas pelayanan dimana belum ada dikembangkan empati untuk membuat pelanggan merasa produk yang dijual up to date dan beberapa tenaga kerja warung makan tidak memiliki kemampuan dalam melayani pelanggan sesuai dengan prosedur yang dibuat. Beberapa pelayan di Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli yang belum terampil dalam melayani pelanggan disebabkan oleh jumlah pelayan yang sedikit sehingga merasa kewalahan dalam melayani pelanggan. Kurangnya jumlah pelayanan dari Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli menyebabkan pelayanan sangat lambat sehingga pelanggan agak lama menunggu pesanan yang diinginkan. Pelayan menjadi kurang responsive terhadap kebutuhan pelanggan yang ingin dilayani dengan cepat. Sehingga dapat berdampak pada Kualitas pelayanan yang rendah.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warung Ayam Pecak Kak Juli”.

## 2. Tinjauan Pustaka

### **Definisi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa puas seorang pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang mereka terima. Kepuasan terjadi ketika harapan pelanggan setara dengan layanan yang diberikan. Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang pelanggan setelah ia mengalami sesuatu tindakan atau hasil dari tindakan yang sesuai dengan harapan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Menurut (Irawan, 2021) kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

### **Defenisi Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing, perusahaan berupaya memberikan kepuasan kepada Konsumen yang melebihi dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran atau *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan. (Maramis, 2018) kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan barang, keandalan, ketepatan, kemudahan pada saat dioperasikan, dan tempat perbaikan produk.

### **Defenisi Harga**

Menurut (Sunnyoto, 2019), harga merupakan uang yang dibebankan pada produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. Harga dapat mempengaruhi biaya, karena jumlah yang terjual berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan dalam hal efisiensi produksi oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan strategi dan penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) harga dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, dalam arti luas harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Definisi Kualitas Pelayanan**

Menurut (Goetsch & Davis, 2019) kualitas pelayanan adalah sebuah kondisi yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang bisa memenuhi atau melebihi keinginan konsumen. Menurut (Arianto, 2018) Kualitas Pelayanan merupakan sesuatu yang terfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua layanan yang diberikan oleh pengusaha ketika konsumen berada ditoko. Menurut (Tjiptono, 2019) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

## **3. Metode Penelitian**

### **Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut (Creswell, 2010), metode kuantitatif ini dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis awal yang telah ditentukan.

Metode penelitian ini ialah metode kuantitatif yang bertujuan untuk dapat mengembangkan dan menggunakan model matematika, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran merupakan bagian inti dari penelitian kuantitatif karena memberikan hubungan dasar antara observasi empiris dan ekspresi matematis dari hubungan kuantitatif.

Penelitian metode kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warung Ayam Pecak Kak Juli. Penelitian ini menggunakan sampel dan populasi, Pengambilan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online kepada para responden sesuai karakteristik yang telah ditetapkan menggunakan skala likert sebagai alat ukur.

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai analisis data dan aplikasi IBM SPSS sebagai alat dalam menganalisis data. Dalam penelitian ini variabel independen (mempengaruhi) terdiri dari Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Pelayanan (X3). Sedangkan variabel dependen (dipengaruhi) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) (Nurdian et al., 2023).

### Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi tidak hanya orang, bisa objek atau subjek yang dipelajari namun termasuk semua atribut atau kriteria dari setiap objek atau topik. Menurut (Suharyadi dan Purwanto, 2017) Populasi adalah sebuah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain dari objek yang menjadi perhatian. Berdasarkan pada informasi yang diterima peneliti bahwasanya jumlah rata-rata kunjungan harian ke Warung Ayam Pecak Kak Juli sebanyak 20 orang pelanggan sehingga dalam waktu sebulan (30 hari) ada sebanyak 600 pelanggan yang berkunjung.

Sedangkan sampel yang digunakan menurut (Sugiyono, 2019) non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang bagi setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang di Warung Ayam Pecak Kak Juli yang berjumlah 86 responden. Pada penelitian ini, populasi yang diambil dalam ukuran besar dan tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel, jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{600}{1+600(0,01)^2} = 86 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/ jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Jumlah Populasi dari penelitian ini sebanyak 86 responden.

### Teknik Analisa Data

Analisis data ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan Aplikasi SPSS versi 25. Metode dan Teknik analisis dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda biasanya dinyatakan dalam bentuk formula, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefisien Konstanta

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Kualitas Pelayanan

b<sub>1</sub> = Koefisien Kualitas Produk

b<sub>2</sub> = Koefisien Harga

b<sub>3</sub> = Koefisien Kualitas Pelayanan

e = Error

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2018). Apabila tingkat signifikan 5% (0,05), jika probabilitas hipotesis < 0,05 maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018).

### b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model yang mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun kriteria pengujian hipotesis hasil pengujian simultan mempunyai nilai signifikan < 0,05 (Ghozali, 2018).

### c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Ghozali, 2018) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Uji koefisien determinasi adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang kita miliki.

## 4. Hasil Penelitian Dan Diskusi

### Hasil Penelitian

#### 1. Karakteristik Responden

##### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Ayam Penyet Sambal Pecak Kak Juli adalah sebuah tempat atau lokasi yang dimana didalamnya menyajikan makanan dan minuman yang akan disajikan kepada para konsumen. Dalam sebuah usaha tempat makan tentu penggunjung atau pelanggan yang

datang untuk melakukan pembelian bervariasi jenis kelaminnya. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	28.2	28.2	28.2
	Wanita	61	71.8	71.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Tabel 1., dapat diketahui bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini yang paling banyak adalah wanita yaitu sebanyak 61 orang atau 71.8%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 24 orang atau 28.2%. Hal tersebut dikarenakan wanita lebih sering membeli makanan diluar dibanding dengan laki-laki.

#### b. Responden Berdasarkan Usia

Penggunjung atau konsumen yang datang ke Ayam Penyet Sambal Pecak Kak Juli sifatnya beragam mulai dari remaja sampai orang tua sekalipun, maka hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal umur. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	6	7.1	7.1	7.1
	31-40 tahun	23	27.1	27.1	34.1
	41-50 tahun	35	41.2	41.2	75.3
	>50 tahun	21	24.7	24.7	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Tabel 2., di atas dapat diketahui bahwa untuk usia responden 20-30 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau 7.1%. Kemudian usia responden antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 23 orang atau 27.1%. Sedangkan usia responden yang paling banyak terdapat di usia antara 41-50 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 41.2%, dan umur diatas 50 tahun sebanyak 21 orang atau 24.7%. Berdasarkan umur responden yang digunakan dalam penelitian ini, paling banyak adalah responden yang berumur antara tahun 41-50 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 41.2%. Hal tersebut terjadi karena konsumen pada Ayam Penyet Sambal Pecak Kak Juli adalah para orang dewasa yang rata-rata sudah memiliki penghasilan tetap.

#### c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seseorang seringkali mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pegawai Swasta	36	42.4	42.4	42.4
	PNS	31	36.5	36.5	78.8
	Lainnya	18	21.2	21.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Pada Tabel 3., menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian responden adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 36 orang atau 42.4%. Kemudian responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 31 orang atau 36.5%. Sedangkan responden yang bekerja sebagai lainnya yaitu sebanyak 18 orang atau 21.2%.

#### d. Responden Berdasarkan Berkunjung

Berkunjung seseorang tentu memiliki peran yang penting dimana seseorang dalam memuaskan kebutuhannya yang berhubungan dengan keputusan pembelian yang akan dilakukan. Responden berdasarkan lama berkunjung disajikan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berkunjung

		Berkunjung			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1 kali	14	16.5	16.5	16.5
	2 kali	28	32.9	32.9	49.4
	lebih dari 2 kali	43	50.6	50.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

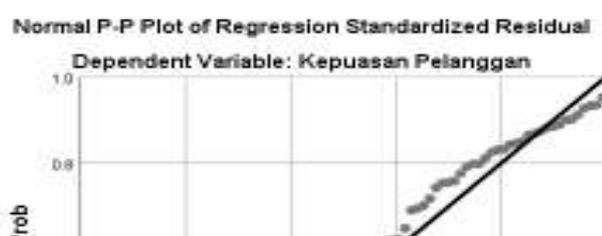
Pada Tabel 4., menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung ke Ayam Penyet Sambal Pecak Kak Juli sebanyak 1 kali yaitu 14 orang atau 16.5%. Selanjutnya yang berkunjung sebanyak 2 kali yaitu 28 orang atau 31.9%. Sedangkan yang berkunjung sebanyak lebih dari 2 kali yaitu 43 orang atau 50.6%.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan sebagai syarat dalam menggunakan model regresi agar hasil regresi yang diperoleh merupakan estimasi yang tepat.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik P-P plot. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25, sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Normalitas-Grafil P-P Plot  
 Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Gambar 1 di atas, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik P-P plot, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.764	1.308
	Harga	.955	1.047
	Kualitas Pelayanan	.794	1.259

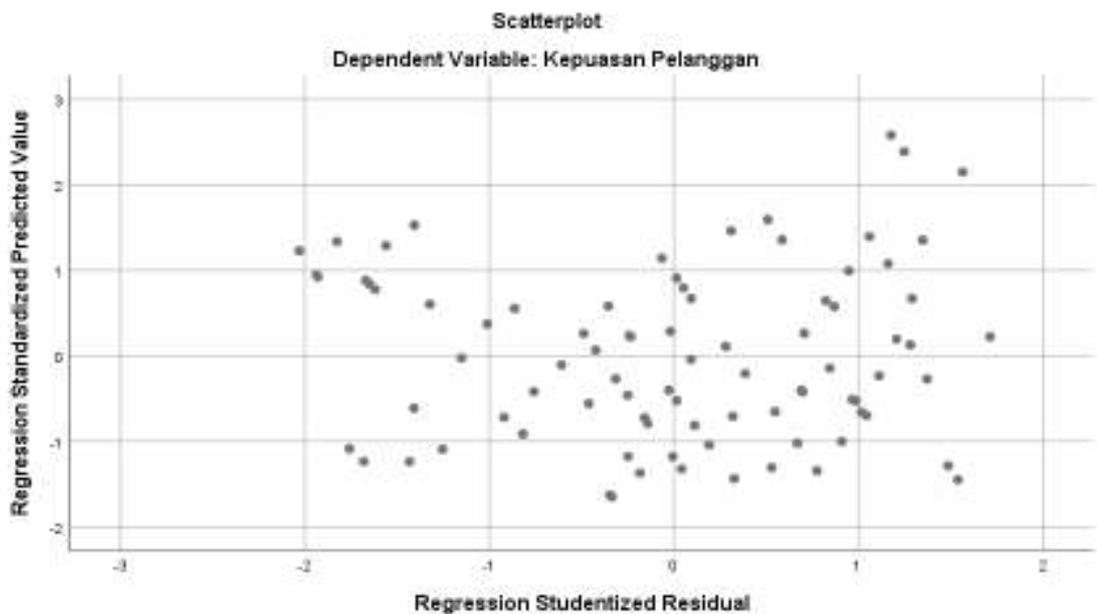
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Melihat hasil pada Tabel 5, hasil perhitungan nilai Tolerance tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 dengan nilai Tolerance masing-masing variabel independen bernilai Kualitas Produk sebesar 0.764, Harga sebesar 0.955, dan Kualitas Pelayanan sebesar 0.794. Sementara itu hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dengan nilai VIF masing-masing variabel independen bernilai Kualitas Produk sebesar 1.308, Harga sebesar 1.047, dan Kualitas Pelayanan sebesar 1.259. Merujuk hasil perhitungan nilai

Tolerance dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas-Grafil Scatterplot  
Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Tabel 2 di atas pola titik-titik di atas menyebar dan menunjukkan bahwa model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS

for Windows versi 25. Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.856	3.216		3.687	.000
	Kualitas Produk	.250	.135	.234	2.110	.027
	Harga	.299	.137	.235	2.180	.032
	Kualitas Pelayanan	.191	.156	.169	1.581	.063

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil pada Tabel 6 tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11.856 + 0.250 X_1 + 0.299 X_2 + 0.191 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien regresi Kepuasan Pelanggan adalah positif 11.856 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap (konstan) yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 11.856 satuan.
- Koefisien regresi variabel faktor Kualitas Produk adalah 0.250 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor Kualitas Produk sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.250 satuan.
- Koefisien regresi variabel faktor Harga adalah 0.299 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor Harga sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.299 satuan.
- Koefisien regresi variabel faktor Kualitas Pelayanan adalah 0.191 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan faktor Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.191 satuan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan secara parsial. Jika nilai probabilitas signifikan <0.05 maka ini berarti suatu variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependennya.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model						

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.856	3.216		3.687	.000
Kualitas Produk	.250	.135	.234	2.110	.027
Harga	.299	.137	.235	2.180	.032
Kualitas Pelayanan	.191	.156	.169	1.581	.063

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Tabel 7., menunjukkan sebagai berikut:

- Kualitas Produk memiliki nilai thitung  $>$ ttabel yaitu  $2.100 > 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.027. Signifikan t lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka  $H_a$  diterima. Berarti terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli.
- Harga memiliki nilai thitung  $>$ ttabel yaitu  $2.180 > 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.032. Signifikan t lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka  $H_a$  diterima. Berarti terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli.
- Kualitas Pelayanan memiliki nilai thitung  $<$ ttabel yaitu  $1.581 < 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.063. Signifikan t lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), maka  $H_a$  ditolak. Berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli.

#### b. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.864	3	54.621	3.066	.033 <sup>b</sup>
	Residual	1442.912	81	17.814		
	Total	1606.776	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Dari Tabel 8, terlihat bahwa nilai signifikansi  $F = 0,033$  (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ). Artinya  $H_a$  diterima. Dengan kata lain, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli.

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

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur sebesar besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai  $R^2$  kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas. Kelemahan penggunaan  $R^2$  adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, maka dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2018).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.319 <sup>a</sup>	.302	.369	4.22063

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS v 25, 2024

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai Adjusted R Square adalah 0.302, hal ini berarti 30.2% variasi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh tiga variasi variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya (100% - 30.2% = 69.8%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif signifikan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. Nilai thitung >ttabel yaitu  $2.100 > 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.027. Signifikan t lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka dengan demikian  $H_a$  diterima. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian dari Evi Laili Kumrotin, Ari Susanti (2019) Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan (Kumrotin & Susanti, 2021).

Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik meliputi rasa yang lezat, bahan-bahan yang segar, penyajian yang menarik, dan porsi yang sesuai.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif signifikan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. Nilai thitung >ttabel yaitu  $2.180 > 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.032. Signifikan t lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka dengan demikian  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Penelitian dari Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018) Semakin terjangkau harga produk, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan (Maramis et al., 2018). Semakin terjangkau harga produk, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan akan membuat pelanggan merasa puas dan bersedia untuk membeli kembali produk tersebut.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh tidak positif signifikan Pada Ayam Penyet Sambel

Pecak Kak Juli. Nilai thitung <ttabel yaitu  $1.581 < 1.662$  dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.063. Signifikan t lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), maka dengan demikian  $H_a$  ditolak. Dalam penelitian ini menunjukkan kualitas layanan tidak searah atau negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Al Ridho & Mahargiono, 2021). Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan tidak secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Namun, perlu diingat bahwa penelitian ini hanya mewakili satu sampel dan mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke semua pelanggan Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. Penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan metodologi yang lebih komprehensif mungkin diperlukan untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih definitif.

#### **4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif signifikan Pada Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli. Nilai signifikansi  $F = 0,033$  (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ), maka dengan demikian  $H_a$  diterima. Hasil dari pengujian keempat mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ratih Andalusi (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sari et al., 2022). Artinya, kombinasi dari ketiga faktor ini secara bersama-sama memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan masing-masing faktor secara terpisah. Temuan ini menunjukkan bahwa Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli perlu memperhatikan ketiga faktor tersebut secara seimbang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Meningkatkan kualitas produk, menawarkan harga yang kompetitif, dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membantu Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli untuk mendapatkan pelanggan yang loyal dan meningkatkan keuntungan bisnis.

#### **5. Kesimpulan**

Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli perlu meningkatkan kualitas produk dan menawarkan harga yang kompetitif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan tidak secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Namun, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, kombinasi dari ketiga faktor ini secara bersama-sama memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan masing-masing faktor secara terpisah.

Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli perlu memperhatikan ketiga faktor tersebut secara seimbang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Meningkatkan kualitas produk, menawarkan harga yang kompetitif, dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membantu Ayam Penyet Sambel Pecak Kak Juli untuk mendapatkan pelanggan yang loyal dan meningkatkan keuntungan bisnis.

#### **REFERENSI**

- [1.] A., Z. V. A., & Berry, L. L. (2018). Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.

- [2.] Al Ridho, M. A., & Mahargiono, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen PT Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–13.
- [3.] Creswell, J. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- [4.] Febrina, A. (2016). Opini Mahasiswa Universitas Sumatera Utara Terhadap Instagram @Kulinermedan. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(13).
- [5.] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6.] Goetsch, D., & Davis. (2019). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Internasional, Inc.
- [7.] Harianto, Saragih, M. G., & Ario, F. (2023). Peranan Kinerja Pemasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Desa Klambir V Kabupaten Deli Serdang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(3), 1522–1533.
- [8.] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- [9.] Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih Bahasa: Bob Sabran, MM*. Erlangga.
- [10.] Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 1–14.
- [11.] 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*, 6(3), 1658–1667.
- [12.] Nurdian, R., Takwim, L., & Suhendar, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Granit PT Sinaradi Tata Sejahtera. *Journal of Management & Business*, 6(1).
- [13.] Puri, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung*.
- [14.] Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- [15.] Sari, P. N., Dumadi, & Harini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4776–4788.
- [16.] Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Yohanes Lamarto*. Erlangga.
- [17.] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV Alfabeta.
- [18.] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- [19.] Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. PT Buku Seru.
- [20.] Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.