



Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam Di Wilayah Kartasura

Fauzan Muflih Prakoso

Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Email: 190414027@udb.ac.id

Singgih Purnomo

Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Email: singgihpurnomo@udb.ac.id

Esti Dwi Rahmawati

Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Email: esti_dwirahmawati@udb.ac.id

Korespondensi penulis : 190414027@udb.ac.id

Abstract. *This study aims to determine whether product quality, price, and service simultaneously have a positive effect on customer satisfaction at Bakso & Mie Ayam Restaurants in the Kartasura Region, whether product quality, price, and service partially have a positive effect on customer satisfaction at Bakso & Mie Ayam Restaurants in the Kartasura Region. The sample in this study were consumers of Bakso & Mie Ayam Restaurants in the Kartasura Region who had made a purchase at least twice. The sampling technique used purposive sampling. The number of samples is 100 respondents. Instrument test using validity test and reliability test. The analysis technique uses multiple linear regression. For data processing, researchers used statistical software SPSS 25. The results showed that product quality, price, and service simultaneously had a positive effect on customer satisfaction at Bakso & Mie Ayam Restaurants in the Kartasura Region, product quality, price, and service partially had a positive effect on customer satisfaction at Bakso & Mie Ayam Restaurants in the Kartasura Region.*

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

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam di Wilayah Kartasura, apakah kualitas produk, harga, dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam di Wilayah Kartasura. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Bakso & Mie Ayam di Wilayah Kartasura yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Untuk pengolahan data, peneliti menggunakan software SPSS statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam di Wilayah Kartasura, kualitas produk, harga, dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam di Wilayah Kartasura.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner di kota Solo terutama di daerah Karatasura semakin lama semakin berkembang. Pada saat ini bisnis kuliner semakin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, bisnis kuliner bakso dan mie ayam ini menjadi suatu tuntutan masyarakat akan

kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan akan makanan. Meningkatnya sebuah persaingan mengakibatkan adanya perubahan berbagai cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya.

Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di sekitar dan mengorientasikan terhadap kemampuan untuk menarik minat beli konsumen agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha.

Kualitas produk menjadi faktor penentu sebuah usaha kuliner dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen dalam suatu penjualan jika produk yang disajikan memberikan kenyamanan, kenikmatan, dan menarik perhatian maka konsumen akan kembali.

Harga menjadi sebuah patokan konsumen dalam keterjangkauan pembelian, dikarenakan setiap ekonomi masyarakat berbeda-beda. Jika harga terjangkau maka konsumen akan mudah membeli produk tersebut, jika produk tersebut tidak terjangkau di kantong konsumen maka pemilik usaha akan kesulitan dan mendapatkan pelanggan.

Pelayanan menjadi sesuatu yang sangat paling penting dalam meningkatkan daya saing., kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka terima atau rasakan (Kotler dan Keller, 2016).

Kepuasan konsumen menjadi faktor terpenting keberhasilan pelaku usaha dibidang kuliner. Kemudian jika konsumen merasa puas atas penyajian yang baik maka konsumen akan setia kembali untuk berkunjung kembali di lain waktu. Konsumen juga menjadi sebagai promosi yang paling mudah untuk menyebarkan informasi terhadap usaha tersebut jika hasil yang disajikan memuaskan konsumen makan konsumen akan melakukan informasi mulut kemulut dan mengajak orang lain untuk berkunjung ketempat kuliner tersebut.

Peneliti memilih rumah makan bakso & mie ayam di wilayah kartasura karena berkembangnya pelaku bisnis dalam bidang kuliner bakso dan mie ayam di wilayah Kartasura. Kemudian produk yang dihasilkan di rumah makan satu dengan rumah makan lainnya berbeda dari segi produk, harga, pelayanan dan kepuasan setiap konsumen juga berbeda-beda pada setiap rumah makan bakso dan mie ayam di wilayah Kartasura. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian agar dapat mengetahui kepuasan konsumen pada rumah makan bakso & mie ayam di wilayah kartasura Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bakso & Mie Ayam Di Wilayah Kartasura”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini kualitas produk (X1), harga (X2), pelayanan (X3), sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y).

Tabel 1. Variabel dan Indikator

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan keseluruhan (Kotler & Keller, 2016).	Memiliki porsi makanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Memiliki porsi minuman yang sesuai dengan harapan konsumen. Memiliki varian menu makanan. Memiliki varian minuman. Mempunyai tampilan produk sesuai dengan harapan konsumen. mempunyai cita rasa khas yang sesuai dengan harapan konsumen.
2.	Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa dengan sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2016).	Memberi harga makanan sesuai daya beli konsumen. Memberi harga minuman sesuai daya beli konsumen. Memberi produk yang berkualitas sesuai dengan daya beli konsumen. Memberi harga sesuai manfaat yang didapatkan konsumen. Memberi harga yang murah dibandingkan pesaing dengan kualitas yang sama. Memberi harga yang cukup kompetitif.
3.	Pelayanan (X3)	Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pelanggan masalah, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan yang mereka terima atau rasakan (Kotler & Keller, 2016).	Memberi pesanan sesuai menu. Menghitung biaya pemesanan sesuai harga yang tertulis dimenu. Menyajikan pesanan dengan cepat dan tepat. Memberikan informasi dengan jelas. Berpenampilan rapi dan menarik. Memberi pelayanan dengan sopan dan ramah.
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah suatu situasi kepada konsumen berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapat dibandingkan dengan suatu usaha yang dilakukan (Tjipto, 2019).	Kualitas produk yang disajikan memuaskan bagi konsumen. Harga yang ditawarkan memuaskan bagi konsumen. Pelayanan yang diberikan memuaskan.

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reabilitas. Pengambilan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang mengunjungi rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Selanjutnya penentuan sampel menggunakan purposive sampling

$$n = \frac{z\alpha^2 \cdot pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.25}{0.1^2}$$

$n = 97$ dibulatkan menjadi 100 responden.

Keterangan :

n : sampel.

e : besarnya rentang waktu atau rentang interval (0.1).

$p \cdot q$: Ukuran penyebaran populasi (0.25).

$z\alpha^2(0.05)$: 1.96 (dari tabel Z).

Selanjutnya, pengolahan dan analisis data dilakukan dengan *software* SPSS 25, yang meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan, terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *person product moment*. Dalam uji validitas dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Pada penelitian ini r hitung variabel diketahui dari hasil perhitungan ibm spss 25, sedangkan r tabel diketahui dari tabel *product moment*. Diketahui $N = 100$ dan $\alpha = 5\%$ maka r tabel = 0,17. Dikatakan valid jika lebih besar dari 0,17. Sebelum menetapkan hasil pengujian instrumen, maka perlu adanya uji asumsi klasik, sebagai berikut:

Tabel 2. Hasi Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	Pertanyaan 1	0,786	0,17	VALID
	Pertanyaan 2	0,745	0,17	VALID
	Pertanyaan 3	0,757	0,17	VALID
	Pertanyaan 4	0,777	0,17	VALID
	Pertanyaan 5	0,731	0,17	VALID
	Pertanyaan 6	0,633	0,17	VALID
Harga	Pertanyaan 1	0,786	0,17	VALID
	Pertanyaan 2	0,745	0,17	VALID
	Pertanyaan 3	0,757	0,17	VALID
	Pertanyaan 4	0,777	0,17	VALID
	Pertanyaan 5	0,731	0,17	VALID
	Pertanyaan 6	0,633	0,17	VALID
Pelayanan (X3)	Pertanyaan 1	0,836	0,17	VALID
	Pertanyaan 2	0,859	0,17	VALID
	Pertanyaan 3	0,835	0,17	VALID
	Pertanyaan 4	0,883	0,17	VALID
	Pertanyaan 5	0,741	0,17	VALID
	Pertanyaan 6	0,79	0,17	VALID
Kepuasan Konsumen	Pertanyaan 1	0,491	0,17	VALID
	Pertanyaan 2	0,582	0,17	VALID
	Pertanyaan 3	0,393	0,17	VALID
	Pertanyaan 4	0,55	0,17	VALID

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pada variabel uji validitas mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel, dengan demikian seluruh item uji validitas dikatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,833	Realiabel
Harga (X2)	0,82	Realiabel
Pelayanan (X3)	0,896	Realiabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,869	Realiabel

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas uji reabilitas diatas bahwa dapat diambil kesimpulan bahwa kuisisioner dinyatakan reliabel jika cronbach's alpha lebuah besar dari 0,600.

Hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikoloniaritas dan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,46854761
Most Extreme Differences	Absolute	0,059
	Positive	0,059
	Negative	-0,051
Test Statistic		0,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai sig pada bagian Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang diperoleh peneliti normal karena nilai kolmogorov-smirnov 0.05. Hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

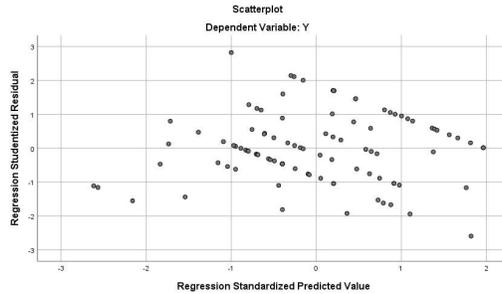
Tabel 4. Uji Multikoloniaritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,502	1,511		2,317	0,023		
	Kualitas Produk (X1)	0,2	0,062	0,291	3,215	0,002	0,667	1,499
	Harga (X2)	0,209	0,059	0,333	3,54	0,001	0,619	1,616
	Pelayanan (X3)	0,14	0,049	0,236	2,866	0,005	0,807	1,24
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)								

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF (Variance Inflation Factor) dari variabel kualitas produk (X1) 1,499, harga (X2) 1,616, dan pelayanan (X3) 1,240 < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan dari grafik scatterplot yang dapat kita lihat pada grafik diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,502	1,511		2,317	0,023
	Kualitas Produk (X1)	0,2	0,062	0,291	3,215	0,002
	Harga (X2)	0,209	0,059	0,333	3,54	0,001
	Pelayanan (X3)	0,14	0,049	0,236	2,866	0,005
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Maka persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan sebagai berikut:

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

$$Y = 3.502 + 0.200 X_1 + 0.209 X_2 + 0.14 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan diatas adalah:

- a) Nilai konstanta sebesar 0,339 yang menyatakan bahwa apabila variabel fasilitas, persepsi harga, citra destinasi dianggap konstan (0), maka minat berkunjung kembali 0,339.

- b) Nilai Koefisien regresi variabel fasilitas memiliki nilai positif sebesar 0,174 yang menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan fasilitas akan meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,174.
- c) Nilai Koefisien regresi variabel persepsi harga memiliki nilai positif sebesar 0,115 yang menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan persepsi harga akan meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,115.
- d) Nilai Koefisien regresi variabel citra destinasi memiliki nilai positif sebesar 0,188 yang menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan citra destinasi akan meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,188.

Tabel 7. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192,733	3	64,244	28,887	,000 ^b
	Residual	213,507	96	2,224		
	Total	406,24	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)						

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung yang diperoleh sebesar 28,887 lebih besar dari nilai F tabel sebesar (28,887 > 2,70). Maka Ha diterima yang artinya kualitas produk, harga, pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu hipotesis 4 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,502	1,511		2,317	0,023
	Kualitas Produk (X1)	0,2	0,062	0,291	3,215	0,002
	Harga (X2)	0,209	0,059	0,333	3,54	0,001
	Pelayanan (X3)	0,14	0,049	0,236	2,866	0,005
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil t sebesar $3,215 > t$ tabel $1,96$ dengan nilai signifikasi sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_a diterima. artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu Hipotesis 1 diterima. Harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil t sebesar $3,540 > t$ tabel $1,96$ dengan nilai signifikasi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_a diterima. artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu Hipotesis 2 diterima. Pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil t sebesar $2.866 > t$ tabel $1,96$ dengan nilai signifikasi sebesar $0,005 < 0,05$, maka H_a diterima. artinya pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu Hipotesis 3 diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,474	0,458	1,49132
a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)				
b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen (Y)				

Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai adjusted R Square sebesar $0,458$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan pelayanan sebesar $45,8\%$ sisanya $54,2\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yang menandakan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah datang pembelian. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk berisi porsi makanan, porsi minuman, menu makanan, menu minuman, tampilan penyajian, dan citra rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen apabila kualitas produk meningkat maka konsumen akan semakin puas.

Hasil penelitian Meristi (2019) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta”, sejalan menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.

2. Harga Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yang menandakan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah datang pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Harga yang berisi harga makanan, harga minuman, penetapan harga yang sesuai konsumen, perbandingan harga lebih murah dengan pesaing, dan harga yang ditawarkan kompetitif dengan pesaing maka berpengaruh positif apabila harga yang ditawarkan semakin murah maka konsumen akan datang kembali.

Hasil penelitian Andrelin (2019) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Biaya & Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Garnier Micellar Water”, sejalan menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen juga akan meningkat.

3. Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yang menandakan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah datang pembelian. Maka disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima. Pelayanan berisi penyajian sesuai pesanan, kasir menghitung dengan cermat, memberikan informasi menu yang dipesan dengan jelas, karyawan dengan penampilan rapi, dan pelayanan yang ramah sehingga konsumen akan mengajak dan merekomendasikan rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura.

Hasil penelitian Novi Wahyu Worodiyanti (2016) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang”, sejalan menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.

4. Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung yang dapat diperoleh sebesar 27,665 lebih besar dari F tabel ($28,887 > 2,70$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat tingkat kepuasan konsumen dan konsumen akan mengajak dan merekomendasikan rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura. Variabel yang sangat berpengaruh dari keseluruhan variabel adalah variabel (X_2) sebagai harga, dikarenakan memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada variabel lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada konsumen rumah makan bakso & mie ayam di wilayah Kartasura yang berkenaan menjadi responden dalam penelitian. Respon yang diberikan merupakan data yang sangat diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- Andrelin, Cristine Oktaviani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen Garnier Micellar Water. Skripsi Thesis. Universitas Sanata Dharma.
- Adi, Albertus Ferry Rostya, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *ejournal undip*, Volume1, Nomor 1, Tahun 2012.
- <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dr>
- Duli, Nikolaus. 2019. Metode Penelitian. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hermawan, I. (2019/10/18). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Methode). Hidayatul Quran Kuningan: ISBN:978-623-91984-0-4.
- Handayani, Ririn. 2020. Metodologi Penelitian Sosial. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Jefri F.T. Bailia, A. S. (September 2014). pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung makan lamongan dikota manado. Universitas Sam Ratulangi Manado: Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal 1768-1780.
- Kotler Philip, K. K. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: ISBN : 979-683-817-6 (Jil.1).
- Kotler Philip, K. K. (2016). Marketing Management. London: ISBN : 978-1-292-09262-1.
- Kotler dan Armstrong. (2016:324). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2016:349). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016:112). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Lestiyono, U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara. Universitas Negeri Semarang: Tugas Akhir.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Meristi, Dominika Premia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ekologi Desk And Coffe Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Skripsi Thesis.
- Nainggola, R. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen studi kasus pada konsumen rumah makan dainang. Yogyakarta: Skripsi.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta, ISBN : 978 979-8433-24-5.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Suwendra, I Wayan. 2014. Manajemen Kualitas Total. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Tjiptono, Fandy. 2019. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian, Edisi ke-2, Yogyakarta CV. Andi Offset.
- Wibowati, J. I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. Universitas Palembang: Jurnal.
- Wowor, Valdy Ronald, 2013. Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4 Desember.
<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2903>
- Worodiyanti, N. W., & Maspiyah, M. K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang. Jurnal Penelitian.