

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BAKSO SIDOMULYO DIDESA**

**KEBUN CINA KECAMATAN PERANAP**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat*

*Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

*Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



**Oleh:**

**SRI UTAMI**

**NPM: 175210245**

**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2021**

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BAKSO SIDOMULYO DIDESA KEBUN CINA KECAMATAN PERANAP

SRI UTAMI

NPM: 175210245

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso Sidomulyo Didesa Kebun Cina Kecamatan Peranap. Total populasi dalam penelitian ini sebanyak 4.500 orang yang akan dijadikan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *simple random Sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software SmartPLS 3.0* dengan melakukan uji *outer model* dan *inner model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran Harga (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan terhadap warung bakso Sidomulyo di Desa kebun Cina Kecamatan Peranap. Sedangkan bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso Sidomulyo di desa kebun Cina kecamatan Peranap.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan**

## ABSTRACT

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BAKSO SIDOMULYO DIDESA KEBUN CINA KECAMATAN PERANAP

SRI UTAMI

NPM: 175210245

This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at the Sidomulyo meatball stall in Kebun Cina village, Peranap sub-district. The total population in this study is 4,500 people who will be used as a sample of 100 respondents using simple random sampling technique. Analysis of the data in this study using smartpls 3.0 software by testing the outer model and inner model. The results showed that the marketing mix of price (x1), service quality (X2) and customer satisfaction (y) had a significant positive effect on the Sidomulyo meatball stall in Kebun Cina village, Peranap sub-district. Meanwhile, the marketing mix simultaneously affects the customer satisfaction of the Sidomulyo meatball stall in the Chinese garden village, Peranap district.

**Keywords: price, service quality, customer satisfaction.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya, dan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Adapun skripsi dengan judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso Sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap”** ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Kedua orangtua, Bapak Ajisman dan Ibu Dahlia terimakasih yang tak terhingga atas segala dukungan dan semangat serta do'a yang diberikan sehingga penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. Firdaus AR, SE. M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Pogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Bapak Drs. Asril., MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam memberikan nasehat dan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini cepat diselesaikan.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Teman-teman seperjuangan yang saling mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Kepada semua responden yang telah bersedia menjadi bagian dari penelitian ini.

Penulis telah berusaha dengan maksimal dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun, masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa digunakan sebagai referensi bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya. Terimakasih.

Pekanbaru, Juni 2021

Sri Utami

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTARTABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teoritis .....	11
2.1.1 Kepuasan pelanggan .....	11
2.1.2 Harga.....	18
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Berfikir.....	31
2.4 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	34
3.2 Operasional Variabel .....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Analisis Data .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	44
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
5.1 Karakteristik Responden.....	45
5.1.1 Jenis Kelamin.....	45
5.1.2 Umur .....	46
5.1.3 Pekerjaan .....	46
5.2 Uji Outer Model .....	47
5.2.1 Uji Validitas.....	47
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
5.3 Analisis Deskriptif.....	55
5.3.1 Analisis varibael harga terhadap kepuasan pelanggan.....	55
5.3.2 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Mengenai harga	62
5.3.3 Analisis Pengaruh Variabel Kualitas pelayanan terhadap	
kepuasan pelanggan.....	64
5.3.4 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Kualitas	
pelayanan.....	75
5.3.5 Analisis Pengaruh Variabel kepuasan pelanggan.....	78
5.3.6 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Mengenai	
Kepuasan pelanggan .....	90
5.4 Uji Inner Model .....	95
5.4.1 Square.....	95
5.5 Pengujian Hipotesis .....	97
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
6.1 Kesimpulan .....	103
6.2 Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Perbandingan harga menu makanan dan minuman diwarung bakso Sidomulyo dengan warung bakso goyang lidah .....	5
1.2	Tabel data pelanggan bulan januari 2021 .....	7
2.1	Penelitian terdahulu.....	28
3.1	Operasional varaibel .....	34
5.1	karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	45
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan umur .....	46
5.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	47
5.4	<i>other Loading</i> .....	48
5.5	<i>cross loading</i> .....	50
5.6	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	52
5.7	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	53
5.8	Tabel <i>Cronbach's Alpha</i> .....	54
5.9	<i>composit realibility</i> .....	54
5.10	Harga bakso terjangkau .....	55
5.11	Harga sesuai dengan daya beli konsumen.....	57
5.12	Harga sesuai dengan kualitas rasa .....	58
5.13	Harga sesuai dengan kuantitas rasa (porsinya) .....	59
5.14	Harga warung bakso ini lebih murah dibandingkan tempat lain .....	60
5.15	Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan .....	61
5.16	Rekapitulasi tanggap responden berdasarkan variabel harga (X1).....	62
5.17	Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian .....	65
5.18	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung .....	67
5.19	Anda tidak terlalu lama mengantri memesan sampai makanan disajikan.....	68
5.20	Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.....	70
5.21	Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung	71

5.22	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung .....	72
5.23	Ruangan yang menarik dan meja yang bersih .....	74
5.24	Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel Kualitas pelayanan (X2).....	75
5.25	Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen .....	78
5.26	Karyawan memberikan pelayanan yang baik .....	80
5.27	Fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan .....	81
5.28	Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan .....	83
5.29	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan .....	84
5.30	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan memadai .....	86
5.31	Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak .....	87
5.32	Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik .....	88
5.33	Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai .....	89
5.34	Rekapitulasi responden berdasarkan variabel Kepuasan Pelanggan .....	91
5.35	<i>R square</i> .....	95
5.36	<i>Path Coefficients</i> .....	98

## DAFTAR GAMBAR

5.1 Kerangka Berfikir.....	32
5.2 <i>Path Diagram</i> .....	96



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Output *SmartPLS*

Lampiran 4 Hasil Dokumentasi



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner pada saat ini mendapat kan hati pada masyarakat Indonesia, khususnya didesa kebun cina kecamatan peranap dan banyak nya masyarakat yang menggeluti usaha ini. Perkembangan perdagangan dimasa kini semakin pesat dengan tingkat persaingan yang ketat untuk memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Dalam setiap perdagangan tidak akan lepas dengan hadirnya teknologi yang semakin maju, sehingga setiap perusahaan akan sangat membutuhkan sebuah teknologi informasi agar dapat mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Kemajuan teknologi ini diimbangi dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat pula.

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mendorong akan kebutuhan makanan cepat saji semakin meningkat pula. Kebutuhan makanan cepat saji akan menciptakan para pelaku usaha untuk membuka usaha kuliner dengan menciptakan inovasi dan kreasi pada produknya masing-masing termasuk usaha warung bakso.

Bakso merupakan makanan berbahan utama daging, umumnya dibetuk meyerupai bola kecil. Cita rasa yang khas dan tekstur yang kenyal menyebabkan bakso sangat disukai

Usaha warung bakso adalah salah satu dari usaha kecil rumahan yang menyiapkan makanan cepat saji. Sebagian dari masyarakat Indonesia sangat

menyukai makanan cepat saji ini. Perkembangan usaha warung bakso didaerah pedesaan sudah ada sejak lama salah satunya yaitu didesa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

Usaha warung bakso yang ingin mendapatkan keuntungan yang besar maka dalam mengembangkan usaha harus memperhatikan bebrapa hal. Pada suatu usaha yang berorientasi pada pelanggan maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu dari eksistensi perusahaan tersebut. Dalam hal seperti ini terlibat bisnis atau usaha yang sekarang penuh dengan persaingan karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka berdampak pada pelanggan yang akan berpindah kepada usaha atau bisnis lain yang sejenis yang akan dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dan memuaskan konsumennya.

Pelayanan bukanlah suatu masalah yang sulit, tetapi apabila masalah pelayanan ini kurang diperhatikan oleh perusahaan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifat yang sensitif.dalam memberikan pelayanan kepada konsumen seharusnya didukung oleh kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan ini menjadi titik perhatian konsumen selain dari rasa bakso itu sendiri dan rasa nyaman pelanggan berada didalam warung bakso tersebut,sehingga dengan rasa nyaman itu konsumen akan mendapatkan kepuasan dan akan melakukan pembelian secara berulang kali bahkan merekomendasikan warung bakso tersebut kepada orang-orang yang berada disekitarnya.

Tujuan memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah untuk memberikan rasa puas dan rasa nyaman, sehingga dapat saling menguntungkan baik untuk

pengusaha warung bakso maupun pelanggan itu sendiri. Kualitas pelayanan yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus menerus. (Zulian Yamit, 2005: 7). Bentuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh warung bakso Sidomulyo adalah penyediaan ruangan yang nyaman yang dilengkapi dengan kipas angin, tempat makan dalam bentuk lesehan maupun meja makan serta tempat parkir bagi pengunjung yang juga memadai. Selain kualitas pelayanan yang menjadi faktor penentu pengambilan keputusan pembelian produk atau tidak adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas nilai suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk setiap manfaat-manfaat yang telah diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut.

Jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Namun jika harga yang rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

Harga menjadi variabel yang penting bagi perusahaan dengan harga yang rendah dan kualitas baik akan meningkatkan pemasaran. harga mempunyai dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pelanggan yaitu peran informasi dari harga dan peranan alokasi dari harga untuk membantu para pembeli memutuskan cara memperoleh manfaat yang tinggi sesuai harapan berdasarkan daya belinya.

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan mempunyai hubungna erat dengan loyalitas pelanggan yang tidak dapat dipisahkan. Kualitas memberikan dorongan yang kuat kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dan baik degan perusahaan.pada waktu jangka panjang dengan ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk dapat memahami harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat menjadikan hal ini sebagai dorongan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi jual beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan .

Warung bakso sidomulyo di Didesa Kebun Cina Kecamatan Peranap merupakan sebuah warung bakso yang sudah lama berdiri.warung bakso ini mengupayakan memberikan pelayanan yang baik dengan berperilaku yang baik, sopan, ramah dan bertanggung jawab. Keadaan dan penampilan warung bakso yang sederhana dapat mendatangkan pengunjung yang bergantian diwarung bakso didesa kebun cina kecamatan peranap untuk menikmati bakso dan makanan lain yang telah ditawarkan.pengunjung membeli produk dalam hal harga atau kualitas pelayanan dan rasa yang disukai sesuai dengan harapan yang membuat pengunjung selalu datang untuk melakukan pembelian ulang sehingga peneliti ingin mengetahui penyebabnya. Beberapa hal yang dilakukan warung bakso sidomulyo dalam bersaing dengan usaha yang sama pada usaha warung bakso sidomulyo dengan memberi vaiasi-variasi yang menarik.

Warung bakso ini tidak hanya menyajikan menu bakso saja, akan tetapi juga menyediakan menu makanan yang bervariasi dengan harga terjangkau agar para pelanggan tidak bosan untuk mencoba menu yang ada di warung bakso tersebut. Menu yang tersedia di warung bakso di desa kebun cina kecamatan peranap.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Harga Menu Makanan dan Minuman di Warung Bakso**  
**Sidomulyo Dengan Warung Bakso Goyang Lidah**

<b>Makanan di Warung Bakso Sidomulyo</b>	<b>Harga</b>	<b>Makanan di Warung Bakso Goyang Lidah</b>	<b>Harga</b>
Bakso	Rp 12.000	Bakso	Rp 13.000
Bakso jumbo	Rp.17.000	Bakso jumbo	Rp 21.000
Bakso telur	Rp15.000	Bakso telur	Rp 20.000
Bakso iga	Rp.17.000	Bakso urat	Rp 20.000
mie ayam	Rp10.000	Mieayam	Rp 15.000
Mie ayam bakso	Rp14.000	Mieayam bakso	Rp 18.000
Mie ayam bakso jumbo	Rp22.000	Mieayam bakso jumbo	Rp 26.000
Mie ayam bakso telur	Rp20.000	Mieayam bakso telur	Rp 25.000
Mie ayam bakso iga	Rp20.000	Mieayam bakso urat	Rp 25.000

Mie ayam bakso jumbo iga	Rp27.000	Indomie bakso telur	Rp 25.000
Mie ayam bakso telur iga	Rp25.000	Indomie bakso urat	Rp 25.000
Mie ayam iga	Rp17.000	Soup Tunjang	Rp 30.000
<b>Minuman di Warung Bakso Sidomulyo</b>	<b>Harga</b>	<b>Minuman di Warung Bakso Goyang Lidah</b>	<b>Harga</b>
Teh Panas/Teh Dingin	Rp3000/Rp5000	Teh Pucuk	Rp 5000
Teh Panas/Teh Dingin	Rp5000/Rp6000	Teh Botol	Rp 5000
Teh Panas/Teh Dingin	Rp8000/Rp10000	Es Teh	Rp 5000
Jeruk Panas/Jeruk Dingin	Rp5000	Es Teh Manis	Rp 5000
Kopi Panas/Kopi Dingin	Rp5000/Rp6000	Es Teh Tawar	Rp 2000
Ginseng Panas/Ginseng Dingin	Rp5000/Rp6000	Teh Anget Manis	Rp 5000

Kopi Susu	Rp5000/Rp6000	Teh Anget Tawar	Rp 1000
Panas/Kopi Susu			
Dingin			
Frestea	Rp5000	Es Jeruk	Rp 8000
Fanta	Rp5000	Jeruk Anget	Rp 8000
Fanta Susu	Rp8000	Aqua Botol	Rp 5000
Es Buah	Rp8000	Aneka Jus	Rp 12000
Jus Alpukat	Rp8000	Jus Mix/Kombinasi	Rp 15000
Jus Buah Naga	Rp8000	Es Campur	Rp 12000
Cappucino	Rp6000	Es Buah	Rp 12000

Sumber: Pemilik Warung Bakso Sidomulyo dan Warung Bakso Goyang Lidah Desa Kebun Cina kecamatan Peranap Pada Tanggal 19 Januari 2021.

Dari tabel perbandingan harga diatas bakso sidomulyo dengan bakso goyang lidah harga bakso sidomulyo lebih murah dibandingkan dengan bakso goyang lidah tersebut.

**Tabel 1.2**

**Tabel Data Pelanggan Bulan Januari 2021**

Data Pelanggan	
Perhari	Perbulan
100 Orang-150 Orang	3000 Orang-4500 Orang

Sumber: Pemilik Warung Bakso Sidomulyo Desa Kebun Cina kecamatan Peranap Pada Tanggal 06 Februari 2021.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk meneliti warung bakso sidomulyo yang ada di Desa Kebun Cina kecamatan Peranap dengan dasar latar belakang yang ada diatas tersebut, maka peneliti menarik judul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso Sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap**”.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap?
- c. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi perusahaan

Untuk membantu dan memberikan informasi yang berguna bagi pihak warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan peranap dalam melakukan kegiatan dan mengembangkan usahanya dengan kualitas pelayanan yang baik

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk melatih kemampuan menulis dalam melakukan penelitian secara ilmiah dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dan juga menambah pengetahuan dalam dunia bisnis dan menambah pengetahuan bagi peneliti sendiri.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulis memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan dan berisi informasi mengenai materi dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulis penelitian ini adalah sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

## BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini memuat serangkaian teori-teori pendukung yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dianalisa, penjelasan dari masing-masing variabel, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel tentang metode penelitian cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

## BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisi gambaran umum dan sejarah singkat tentang warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

## BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

## BAB VI PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang merupakan intisari dari hasil pembahasan dan bab-bab sebelumnya mengenai kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo di desa kebun cina kecamatan peranap

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah adanya rasa senang terhadap sesuatu yang telah diberikan kepada pelanggan yang mengakibatkan adanya tindakan untuk melakukan pembelian ulang. Pelanggan adalah orang yang datang membeli produk dan telah melakukannya secara berulang-ulang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan kepuasan pelanggan yaitu orang-orang yang datang dan selalu melakukan pembelian produk secara berulang-ulang. Karena adanya rasa senang terhadap pelayanan maupun produk yang telah didapatkan. Menurut Tjiptono dan Anantasia akan tercipta kepuasan pelanggan dengan memberikan manfaat yang diharapkan, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang akan menjadi harmonis, akan menjadikan dasar bagi pembelian ulang yang dilakukan konsumen serta terciptanya loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Tjiptono (2012:312) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan perlu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, dalam mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah dibutuhkan, walaupun dalam hal tersebut tidaklah mudah. Menurut Fornell tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menambah loyalitas pelanggan dan akan mencegah terjadinya suatu perputaran pelanggan, mengurangi

sensitivitas pelanggan terhadap harga yang mahal, mengurangi biaya kegagalan dalam pemasaran dan pembuatan, mengurangi tambahan biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dapat meningkatkan efektivitas dalam penyebaran iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis yang baik.

Mowen dan Minor mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan dari sikap yang telah ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa senang dengan produk dan akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman pula dengan pelanggan lain, hal ini akan menjadi referensi penting bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik dari pelanggan maupun produsen, akan sama-sama mendapatkan keuntungan apabila kepuasan terjadi.

#### **a. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapan pelanggan terpenuhi atau melebihi yang diharapkan pelanggan. Menurut Zeithaml kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh persepsi konsumen atas kualitas pelayanan, harga, faktor situasional, dan faktor personal. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan perusahaan kepada para konsumen dalam proses pemberian produk atau jasa. Faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produk yang diberikan tersebut baik.
- 2) Harga yaitu bagi pelanggan hal yang sensitive biasanya bila harga murah adalah sumber kepuasan yang sangat penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- 3) *Service quality* dalam hal ini sangat tergantung pada tiga hal yang ada yaitu system, teknologi dan manusia.
- 4) *Emotional factor* yakni adanya rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, sebagian dari kelompok orang penting karena telah menggunakan barang yang mahal merupakan yang akan mendasari merasakan kepuasan pelanggan.
- 5) Kemudahan yaitu pelanggan akan semakin merasa puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang sangat cepat.

#### **b. Teori Kepuasan Pelanggan**

Pelanggan atau konsumen yang secara kontinue dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Adanya perasaan yang lebih yang dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai. Beberapa model konseptual dan teori kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- 1) Expectancy Disconfirmation Model

Model konsep ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih rendah dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan ketidakpuasan emosional (negatif disconfirmation). Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih tinggi dari harapan pelanggan maka akan menghasilkan kepuasan emosional (positive disconfirmation). Pelayanan yang diterima pelanggan sama dengan harapan pelanggan, hasilnya bukan kepuasan atau ketidakpuasan. Berdasarkan model ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik pelanggan itu sendiri (pengalaman) dan pelayanan itu sendiri (harga dan karakteristik pelayanan).

## 2) Equity Theory

Menurut, teori ini seseorang akan puas bila rasio hasil (outcome) yang perolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan fair atau adil. Dengan kata lain, perbandingan hasil yang diterima oleh pelanggan A harus sama dengan hasil yang diterima pelanggan B. Apabila kedua keadaan tersebut tidak sama maka pelanggan yang melakukan evaluasi terhadap pelayanan akan merasakan ketidakpuasan akibat ketidakadilan dari pemberi pelayanan.

## 3) Attribution Theory Attribution Theory mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain dan objek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi kepuasan purna belinya terhadap produk atau jasa tertentu,

karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidakpuas. Terdapat tiga dimensi dalam teori tersebut yang terdiri dari:

- a) Causala Attribution Pada dimensi ini, jika terjadi kesalahan, pelanggan menilai siapa pihak yang patut disalahkan. Jika pelanggan menyimpulkan bahwa perusahaanlah yang salah, maka mereka akan sangat mungkin merasa tidak puas. Sebaiknya apabila pelanggan membebankan sebagian kesalahan pada diri mereka maka ketidakpuasan mereka cenderung berkurang.
- b) Control Attribution Dalam tipe ini pelanggan menilai apakah insiden ketidakpuasan dalam kendali pemasar atau tidak.
- c) Stability Attribution Bila terjadi service ecouter yang tidak memuaskan, pelanggan akan menilai apakah kejadian itu mungkin terjadi kembali atau tidak. Jika pelanggan menilai cenderung insiden itu bisa terulang lagi, maka ketidakpuasan bisa bertambah besar.
- 4) Experientally-Based Affective Feelings Model ini berpendapat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi respon afektif (perasaan positif dan perasaan negatif) pada pelayanan.
- 5) Assimilation-Contrast Theory Apabila pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan tidak terlalu berbeda dengan harapan pelanggan maka pelayanan tersebut akan diterima dan dievaluasi secara positif oleh pelanggan yakni dalam bentuk kepuasan pelanggan.
- 6) Opponent Process Theory Model ini berusaha menjelaskan penyebab pengalaman konsumen yang awalnya sangat memuaskan cenderung kurang memuaskan setelah dievaluasi pada kejadian berikutnya. Apabila ada stimulus

positif atau negatif yang mengganggu keseimbangan konsumen, maka proses sekunder akan berlangsung dan akhirnya pelanggan tersebut akan kembali ke kondisi semula. Emosi awal pelanggan terhadap pelayanan disebut proses primer dan proses berikutnya adalah proses adaptif (opponent process). Respon awal terhadap suatu pelayanan tidak mungkin meningkat seiring adanya pengulangan, opponent process akan menjadi semakin kuat sehingga ketertarikan pelanggan pada pelayanan tersebut akan melemah pada pengalaman berikutnya.

- 7) Model Anteseden dan Konsekuensi Pelanggan Anteseden pelanggan meliputi ekspektasi pelanggan (ekspektasi berperan sebagai standar pembanding untuk pelayanan), kinerja atau pelayanan (performance), affect, dan equity. Konsekuensi pelanggan ada tiga kategori, yaitu perilaku complain, negative of-mouth dan minat pembelian ulang.

### **c. Metode Pengukuran Kepuasan**

Menurut Kotler metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan mereka.
2. Pembeli Bayangan (Ghost Shopping) Yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

3. Analisis Konsumen Beralih (Lost Customer Analysis) Sedapat mungkin perusahaan seharusnya para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan kebaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survey Kepuasan Pelanggan Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

#### **d. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.

c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

### **2.1.2 Harga**

Menurut Tjiptono, secara sederhana penjelasan mengenai pengertian harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang dapat mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang dapat diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa yang diinginkan konsumen. Utilitas itu sendiri merupakan suatu atribut atau faktor yang dapat berpotensi sangat tinggi untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut, namun jika harga yang rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Harga

menjadi variabel yang penting bagi perusahaan dengan harga yang rendah dan kualitas yang baik akan meningkatkan pemasaran.

Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas nilai suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk setiap manfaat-manfaat yang telah diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut.

#### **a. Penetapan Harga**

Menurut Tjiptono (2000) terdapat empat macam tujuan penetapan harga, yaitu:

##### 1) Tujuan yang berorientasi pada laba

Dalam prakteknya, harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

##### 2) Tujuan yang berorientasi pada volume

Untuk tujuan ini, perusahaan menetapkan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjual atau pangsa pasar.

##### 3) Tujuan yang berorientasi pada citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tertinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra tertentu.

##### 4) Tujuan stabilitas harga

Dalam pasar yang terdiri dari konsumen yang sangat peka terhadap harga, maka para pesaing akan menurunkan harga. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuk tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan penetapan harga menurut Swatha (1997:242) tersebut adalah:

- a. Meningkatkan penjualan
- b. Mempertahankan dan memperbaiki market share
- c. Stabilitas harga
- d. Mencapai target pembelian investasi
- e. Mencapai laba maksimum

#### **b. Indikator Harga**

Menurut Stanton, terdapat 4 indikator yang mencirikan harga:

- a. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

- c. Daya saing harga Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang di berikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat di peroleh konsumen dari produk yang di beli.

### 2.1.3 Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Menurut Lewis dan Booms, kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan

Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Dalam perspektif TQM (Total Quality Manajemen), kualitas dipandang secara luas dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia sebagaimana dikemukakan oleh Gotesch dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja, biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Intinya adalah perbaikan mutu atau kualitas terus menerus, yang dalam manajemen Jepang dikenal KAIZEN yang berarti unending improvement, yaitu perbaikan secara continue dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama semakin baik harus dapat dirasakan oleh pelanggan.

Perbaikan kualitas ini harus pula dipahami oleh seluruh personil perusahaan, agar mereka tampil dengan kinerja yang prima dan gandrung pada high quality.

#### **b. Teori Kualitas Pelayanan**

David Garvin mengidentifikasi adanya beberapa alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, antara lain yaitu:

##### **1. Transcendental Approach**

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya digunakan dalam dunia misalnya seni musik, drama, seni tari dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti dapat berbelanja yang menyenangkan (toko baju): aman dan cepat (jasa pengiriman barang): luas jangkauannya (layanan telepon seluler). Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

##### **2. Product-Based Approach**

Pendekatan ini memandang bahwa kualitas diartikan sebagai karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan unsur-unsur atau atribut yang dimiliki oleh suatu produk. Pandangan ini bersifat sangat objektif, sehingga tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam hal selera, kebutuhan, dan preferensi konsumen.

##### **3. User-Based Approach**

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling tepat diaplikasikan dalam mendefinisikan kualitas jasa. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada sudut pandang seseorang, sehingga produk yang paling memuaskan seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

#### 4. Manufacturing-Based Approach

Pandangan ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan (conformance to requirements). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat operations-driven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya. Dengan demikian, kualitas ditentukan oleh standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan oleh konsumen.

#### 5. Value-Based Approach

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “affordable excellence”. Kualitas dalam perpektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang

paling bernilai, tetapi yang paling adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli “best-buy”.

### c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:

1. Keandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
2. Daya tanggap (responsiveness) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Jaminan dan kepastian (assurance) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.
4. Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan,

kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan lima dimensi jasa tersebut, perusahaan harus bisa meramu dengan baik, bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

#### **d. Faktor-faktor Pendukung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Faktor-faktor ini sangat berpengaruh penting dalam mewujudkan pelaksanaan pelayanan yang baik terhadap konsumen sebab setiap faktor ini memiliki peran yang berbeda-beda tapi saling berkaitan satu sama lain. Moenir menyatakan bahwa terdapat enam faktor pendukung pelayanan yaitu:

- 1) Faktor kesadaran, yaitu dimana faktor ini yang mengarahkan pada keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketetapan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan adanya kesadaran tersebut maka akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan.
- 2) Faktor aturan merupakan faktor perangkat penting dalam tindakan dan perbuatan seseorang. Dengan adanya aturan ini, maka secara langsung atau tidak langsung seseorang akan memiliki pertimbangan dan menentukan

langkah selanjutnya. Pertimbangan pertama sebagai subyek aturan yang ditunjukkan oleh hal-hal penting, yaitu kewenangan, pengetahuan dan pengalaman, kemampuan bahasa, pemahaman pelaksanaan, disiplin dan melaksanakan aturan, serta disiplin waktu dan disiplin kerja.

- 3) Faktor organisasi, yaitu faktor yang tidak hanya terdiri dari susunan organisasi tetapi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja yang telah ditetapkan perusahaan. Oleh karena itu, dalam suatu organisasi perlu adanya sarana pendukung berupa sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja dalam suatu perusahaan.
- 4) Faktor pendapatan, yaitu pendapatan yang akan diterima oleh seseorang merupakan imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan. Pendapatan ini berbentuk uang, aturan atau fasilitas dalam waktu tertentu.
- 5) Faktor kemampuan, yaitu kemampuan yang diukur disini untuk mengetahui sejauh mana pegawai dapat melakukan pekerjaannya sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai apa yang diharapkan konsumen.
- 6) Faktor sarana pelayanan, yaitu segala jenis peralatan, perlengkapan, dan fasilitas yang memiliki fungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan pegawai. Adapun fungsi
- 7) sarana pelayanan antara lain sebagai berikut:
  - a) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan untuk menghemat waktu
  - b) Meningkatkan produktivitas barang atau jasa.
  - c) Ketetapan sarana yang baik dan terjamin.

- d) Memberikan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan. Memberikan perasaan puas kepada orang-orang yang bekerja sehingga dapat mengurangi sifat emosional.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama peneliti	Judul penelitian	Analisis data	Kesimpulan
Eko Yuananto (2011) Universitas Negeri Semarang	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha bahan Bangunan 95 di Kecamatan Gunung Pati	Metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda	Bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan usaha bahan bangunan.
Imam Santoso (2016)	“Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga	metode analisis deskriptif dan regresi linear	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas

	<p>dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen”</p>	<p>berganda.</p>	<p>produk dan harga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji. Namun variabel atmosfer dan kualitas pelayanan belum cukup bukti untuk membuktikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di rumah makan cepat saji. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap</p>
--	--	------------------	--

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

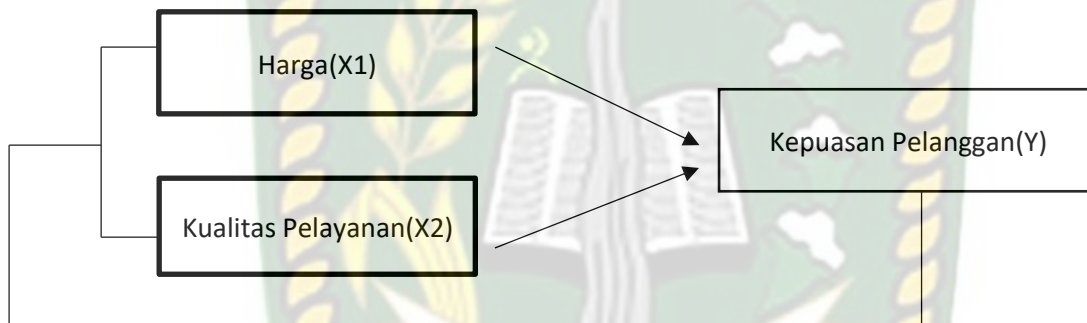
Perpustakaan Universitas Islam Riau

			kepuasan konsumen di rumah makan cepat saji.
Astridh Faysah	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang	Purposive Sampling Method	harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama- sama terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang

*Sumber : Penelitian Terdahulu Relevan*

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2.2



Berdasarkan gambar 2.2 dapat dijelaskan bahwa ini merupakan kerangka pemikiran teoritis sebagai dasar dalam penelitian ini, dimana H1 diartikan sebagai pengaruh variabel Harga, dan Kualitas Layanan yang secara simultan diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, H2 diartikan sebagai pengaruh variabel Harga yang secara parsial diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, H3 diartikan sebagai pengaruh variabel Kualitas Layanan yang secara parsial diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

### 2.4 Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis adalah suatu dugaan sementara peneliti yang perlu di cari kebenaran yang mana dugaan itu mungkin benar dan mungkin salah, dengan cara mencari jawaban melalui penelitan yang dilakukan sebelum mengungkapkan hipotesis penelitan. Peneliti harus merangkum kembali teori yang ada dan dapat di dukung oleh hasil penelitian empiris.

Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Disini kesimpulan semmentaranya adalah:

a. Ho1 : Bahwa harga dan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Ha1 :Harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. Ho2 :Bahwa harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Ha2 :Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

c. Ho3 :Bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 : Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah diwarung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap penelitian dilaksanakan pada bulan juli sampai dengan bulan November 2020.

#### 3.2 Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y) adalah kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler yang	a.Kesesuaian harapan	a1.Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen. a2.Karyawan memberikan pelayanan yang baik. a3.Fasilitas penunjang seperti, cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan	Likert

<p>dikutip kembali oleh Tjiptono(2012:312)</p>	<p>b.Minat berkunjung kembali</p> <p>c.Kesedian merekomendasikan</p>	<p>b1.Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan.</p> <p>b2. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan</p> <p>b3. Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai</p> <p>c4.Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak.</p> <p>c5.Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik.</p> <p>c6.Merekomendasikan</p>	
--	--	---	--

		warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai	
		a1.Harga makanannya terjangkau.	
<p>Harga (X1) adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang dapat mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang dapat diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa yang diinginkan konsumen. Menurut Tjiptono</p>	<p>a.Keterjangkauan harga</p> <p>b.Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>c.Daya saing harga</p> <p>d.Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>b1. Harga sesuai dengan daya beli konsumen.</p> <p>b2. Harga sesuai dengan kualitas rasa.</p> <p>b3. Harga sesuai dengan kuantitas (porsinya).</p> <p>c1. Harga warung bakso ini lebih murah dibandingkan tempat lain</p> <p>d1. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan</p>	Likert

<p>Kualitas Pelayanan (X2) adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono</p>	<p>produk</p> <p>a.Kehandalan</p> <p>b.Daya tanggap</p> <p>c.Jaminan</p> <p>d.Empati</p>	<p>a1.Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian</p> <p>a2.karyawan segera melayani anda saat berkunjung</p> <p>b1.Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan</p> <p>b2.Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan</p> <p>c1.Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung</p> <p>d1.Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung</p> <p>e1.Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih</p>	<p>Likert</p>
---	--	--	---------------

	e.Bukti fisik		
--	---------------	--	--

### 3.3 Populasi dan sampel

Menurut Arikunto populasi merupakan keseluruhan subjek yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang telah memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang sudah terlebih dahulu ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu, penulis akan menarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan atau konsumen yang sedang membeli atau yang pernah membeli di warung bakso di desa sidomulyo kebun cina kecamatan peranap sebanyak 4500.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di sekitar desa kebun cina kecamatan peranap yang pernah datang di warung bakso di desa kebun cina kecamatan peranap dan pelanggan yang datang berkunjung.

Sampel adalah sub-kelompok atau sebagian dari populasi (Sekaran, 2003). Menurut Hair et al, (2014) bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) besar sampel yang disarankan adalah antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50. Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Konsumen yang dijadikan sample penelitian adalah sebagian pelanggan warung bakso Sidomulyo Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Teknik sampling menggunakan metode simple random sampling adalah sampling acak sederhana. Simple random sampling yaitu teknik penentuan lokasi dan sampel secara acak dengan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, memberikan nomor urut pada semua satuan sampel yang diambil serta dapat mewakili wilayah penelitian dalam pengambilan sampel secara keseluruhan Dengan demikian tidak semua dari sampel memiliki kesempatan untuk menjadi sampel penelitian, berikut ini kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden minimal usia 10 tahun dan maksimal usia 35 tahun.
2. Responden harus mampu membaca dan menulis sehingga dapat mengisi dengan baik kuesioner yang dibagikan.
3. Responden yang tergolong konsumen lama dan konsumen baru yang membeli bakso di desa kebun cina kecamatan peranap.

Konsumen yang dijadikan sample penelitian adalah masyarakat desa kebun cina yang datang membeli di warung bakso sidomulyo di desa kebun cina Peranap. Peneliti mengambil sample sebanyak 100 orang pelanggan warung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Peranap.

### 3.4 Jenis dan sumber Data

#### 1. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner yang dibagikan sebanyak mungkin kepada pelanggan bakso di desa kebun cina kecamatan peranap tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini data primer berupa jawaban dari responden berupa kuesioner yang diajukan oleh peneliti, dan kemudian data primer tersebut akan dipakai sebagai data input untuk penelitian.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada pelanggan bakso yang sedang berkunjung di warung bakso sidomulyo. Responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner pada jawaban yang telah disediakan. Pertanyaan dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel-variabel harga (*price*), Kualitas Pelayanan, kepuasan pelanggan . Selanjutnya setiap butir pertanyaan diberikan

bobot nilai sesuai dengan jawaban responden, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Kurang Setuju(KS) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### 3.6 Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software SmartPLS*. Pengujian yang dilakukan meliputi *outer model*, yaitu model pengukuran untuk mencari nilai validitas dan reabilitas; serta *inner model*, yaitu model struktural untuk menguji antara satu variabel laten dengan variabel lainnya

#### 1. Uji Hipotesis

##### a. Uji Determinan ( $R^2$ )

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas ( $X_1, X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas ( $X_1, X_2$  dan  $X_3$ ) adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika ( $R^2$ )

semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) semakin kecil. hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

#### b) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:  $H_1 : b_i = 0$  Analisis Regresi Linear Ganda Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_2 : b \neq 0$  Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_0$  diterima, apabila  $t$  hitung  $< t$  tabel pada  $\alpha = 0.05$   $H_a$  diterima, apabila  $t$  hitung  $> t$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

#### c) Uji simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statisti dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Warung bakso adalah suatu bentuk usaha industri kecil yang bergerak dibidang pengolahan makanan cepat saji. Warung bakso Sidomulyo ini memberikan berbagai kelengkapan menu, kenyamanan tempat, fasilitas yang di berikan dan kestrategisan tempat bakso Sidomulyo. Warung bakso ini terbentuk pada tahun 2005 oleh pasangan suami istri. Pemilik warung bakso ini bernama Mario dan Sarti yg membangun warung bakso ini dengan menggunakan modal sendiri. Awal mulanya sebelum mangkal Didesa kebun cina pemilik warung bakso ini yang bernama Mario berjualan keliling disetiap desa.dan awal mangkalnya pada tahun 2016, beralamat diDesa Kebun Cina Kecamatan Peranap. Warung bakso ini tidak memiliki cabang, akan tetapi warung bakso ini sangat dikenal masyarakat di desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

Warung bakso ini beroperasi setiap hari mulai pukul 10:00 sampai dengan 22:00 malam. Warung bakso tersebut memiliki 3 orang karyawan yang terdiri dari satu orang sebagai yang membuat minuman, 2 orang sebagai pelayan dan kasir, dan juga pemiliknya yang bertugas sebagai meyajikan bakso tersebut.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Responden yang dijadikan sampel oleh peneliti adalah sebanyak 100 responden. Selanjutnya akan dibagi ke dalam beberapa kategori berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, dengan rincian sebagai berikut:

##### 5.1.1 Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden pelanggan warung bakso sidomulyo dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut ini:

**Tabel 5.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	59	59
2	Laki-Laki	41	41
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100(%)</b>

Berdasarkan Tabel 5.1 dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar 59%. Sedangkan

responden dengan jenis kelamin Laki-Laki yaitu sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar 41%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 orang atau 59%.

### 5.1.2 Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.2 berikut ini:

**Tabel 5.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	16-22	26	26
2	23-29	30	30
3	>30	44	44
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

### 5.1.3 Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.3 berikut ini:

Tabel 5.3

## Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	24	24
2	Guru/dosen	10	10
3	Karyawan/PNS	11	11
4	IRT/Petani	55	55
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

### 5.2 Uji Outer Model

Uji *outer model* (model pengukuran) dalam *SmartPLS 3.0* dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dinilai layak untuk dijadikan pengukuran melalui uji validitas dan uji realibilitas. Berikut pengujian yang dilakukan dalam *outer model*:

#### 5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas terdiri atas 2 model, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

### 1. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan pada setiap variabel laten pada penelitian ini dapat dipahami oleh responden dengan cara yang sama seperti yang dimaksudkan peneliti. Menurut Hair et al. (1998) sebuah indikator dapat dikatakan valid apabila nilai *outer loading*  $\geq 0,5$ . Sedangkan dalam *Partial Least Square* (PLS) sebuah indikator dikatakan valid apabila nilai *outer loading*  $\geq 0,7$ . Berikut hasil uji validitas konvergen dari setiap indikator berdasarkan nilai *outer loading*:

**Tabel 5.4**  
***Outer loading***

Item Pernyataan	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Harga 1	0.748	Valid
Harga 2	0.875	Valid
Harga 3	0.871	Valid
Harga 4	0.802	Valid
Harga 5	0.765	Valid
Harga 6	0.684	Tidak Valid

Kualitas Pelayanan 1	0.516	Tidak Valid
Kualitas pelayanan 2	0.704	Valid
Kualitas pelayanan 3	0.746	Valid
Kualitas pelayanan 4	0.729	Valid
Kualitas Pelayanan 5	0.670	Tidak Valid
Kualitas pelayanan 6	0.759	Valid
Kualitas pelayanan 7	0.643	Tidak Valid
Kepuasan Konsumen 1	0.510	Tidak valid
Kepuasan Konsumen 2	0.620	Tidak Valid
Kepuasan Konsumen 3	0.625	Tidak valid
Kepuasan Konsumen 4	0.743	Valid
Kepuasan Konsumen 5	0.847	Valid
Kepuasan konsumen 6	0.815	Valid
Kepuasan konsumen 7	0.782	Valid
Kepuasan konsumen 8	0.739	Vaid
Kepuasan Konsumen 9	0.582	Tidak valid

Dari Tabel 5.4 dapat dilihat jika nilai *loading factor* setiap indikator diatas 0,7 yang artinya secara keseluruhan semua variabel X1 (harga), X2 (Kualitas pelayanan), X3 (Kepuasan Konsumen) dalam penelitian dinyatakan valid secara konvergen, karena nilai *loading factor*  $\geq 0,07$  dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

## 2.Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dikatakan valid apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Berikut hasil uji validitas diskriminan dari setiap indikator berdasarkan nilai *cross loading*:

**Tabel 5.5**  
Cross loading

	X1	X2	X3	Keterangan
Harga 1	0.748	0.314	0.402	Valid
Harga 2	0.875	0.481	0.552	Valid
Harga 3	0.871	0.566	0.598	Valid
Harga 4	0.802	0.508	0.511	Valid
Harga 5	0.765	0.617	0.711	Valid
Harga 6	0.684	0.417	0.549	Valid
Kualitas Pelayanan 1	0.269	0.516	0.411	Valid
Kualitas pelayanan 2	0.419	0.704	0.455	Valid
Kualitas pelayanan 3	0.404	0.746	0.596	Valid
Kualitas pelayanan 4	0.491	0.729	0.601	Valid
Kualitas Pelayanan	0.591	0.670	0.607	Valid

5				
Kualitas pelayanan	0.386	0.759	0.568	Valid
6				
Kualitas pelayanan	0.413	0.643	0.423	Valid
7				
Kepuasan Konsumen 1	0.345	0.311	0.510	Valid
Kepuasan Konsumen 2	0.248	0.455	0.620	Valid
Kepuasan Konsumen 3	0.334	0.468	0.625	Valid
Kepuasan Konsumen 4	0.650	0.589	0.743	Valid
Kepuasan Konsumen 5	0.663	0.621	0.847	Valid
Kepuasan konsumen 6	0.618	0.635	0.815	Valid
Kepuasan konsumen 7	0.590	0.635	0.782	Valid
Kepuasan konsumen 8	0.523	0.663	0.739	Valid
Kepuasan Konsumen 9	0.387	0.426	0.582	Valid

Dari Tabel 5.5 dapat dilihat bahwa setiap indikator valid secara diskriminan, karena nilai *cross loading* setiap indikator yang ditandai dengan warna merah lebih besar dibandingkan variabel lainnya.

Selain melihat nilai *cross loading*, uji validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *average variance extracted* (AVE). Suatu variabel dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0,5. Berikut hasil uji validitas diskriminan setiap variabel berdasarkan nilai *average variance extracted* (AVE):

**Tabel 5.6**  
*Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Harga	0.630	Valid
Kualitas pelayanan	0.470	Tidak valid
Kepuasan konsumen	0.496	Tidak Valid

Sumber: Output SmartPLS 3.0

Berdasarkan Tabel 5.6 dapat dilihat bahwa nilai AVE variabel produk harga ( $0,630 > 0,05$ ), Kualitas pelayanan ( $0,470 > 0,05$ ), Kepuasan konsumen ( $0,496 > 0,05$ ) Jadi dapat disimpulkan bahwa harga pada variabel dinyatakan valid, dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada variabel

dinyatakan tidak valid karena tidak semua variabel memiliki nilai *average variance extracted* (AVE) > 0,5.

### 5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan tingkat akurasi, konsisten dan ketepatan instrumen dalam mengukur variabel. Dimana untuk menguji reliabilitas terdapat 2 cara yang bisa digunakan yaitu:

#### 1. *Cronbach's Alpha*

*Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas setiap variabel. Berikut nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel pada penelitian:

**Tabel 5.7**

#### *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0.882	Sangat reliabel
X2	0.810	Sangat reliabel
Y	0.870	Sangat reliabel

Berdasarkan tabel 5.7 dapat dilihat bahwa variabel X1 (Harga), X2 (Kualitas pelayanan) dan Y (Kepuasan Konsumen) dinilai sangat reliabel yang berada dalam rentang 0,81-1,00. Hal ini ditentukan berdasarkan penilaian menurut Dahlan et al (2014) , dimana skala Cronbach alpa dikelompokan menjadi 5 kriteria sebagai berikut:

**Tabel 5.8**

**Tabel *Cronbach's Alpha***

<b>Skala <i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,42 – 0,60	Cukup Reliabel
0,21 – 0,41	Tidak Reliabel
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Reliabel

## **2.Composite Reliability**

Menurut Nunnally dan Bernstein (1994), sebuah indikator dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability*  $\geq 0,7$ .

**Tabel 5.9**

***Composite Reliability***

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Harga	0.910	Reliabel
Kualitas pelayanan	0.860	Reliabel
Kepuasan konsumen	0.896	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS 3.0

Berdasarkan Tabel 5.9 dapat dilihat bahwa *composite reliability* variabel Harga ( $0,910 > 0,7$ ), Kualitas Pelayanan ( $0,860 > 0,7$ ), Kepuasan Konsumen ( $0,896 > 0,7$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai *composite reliability*  $\geq 0,7$  dan dinyatakan reliabel.

### 5.3 Analisis Deskriptif

#### 5.3.1 Analisis variabel harga

Harga sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Setiap tarif yang ditentukan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seperti harga

bakso Sidomulyo apakah sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang akan didapatkan. Berikut tanggapan responden mengenai variabel harga:

### 1.Harga Bakso Terjangkau

Harga dapat mempengaruhi minat berkunjung konsumen, apabila harganya terjangkau maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai harga bakso terjangkau dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.10**  
**Harga Bakso Terjangkau**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	47	235	47
2.	Setuju	4	51	204	51
3.	Kurang setuju	3	2	6	2
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.10 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden dengan persentase 47%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan persentase 51%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%, Sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga bakso terjangkau dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Hal ini dikarenakan pelanggan menilai bahwa harga bakso terjangkau.

## 2.Harga sesuai dengan daya beli konsumen

Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dapat memengaruhi minat pelanggan bakso. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai harga sesuai dengan daya beli konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.11**

### Harga sesuai dengan daya beli konsumen

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	46	230	46
2.	Setuju	4	43	172	43
3.	Kurang Setuju	3	11	33	11
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0

5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.11 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 responden dengan persentase 46%, yang menyatakan setuju sebanyak 43 responden dengan persentase 43%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 11%, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dengan jawaban paling dominan menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 46 orang atau 46%. Hal ini dikarenakan harga bakso sesuai dengan daya beli konsumen Sehingga menjadi daya tarik bagi pelanggan bakso untuk berkunjung kembali ke warung bakso tersebut.

### 3. Harga sesuai dengan kualitas rasa

**Tabel 5.12**

#### Harga sesuai dengan kualitas rasa

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	47	235	47
2.	Setuju	4	45	180	45
3.	Kurang setuju	3	3	9	3

4.	Tidak Setuju	2	5	10	5
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>434</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.12 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden dengan persentase 47%, yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden dengan persentase 45%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, yang menyatakan tidak setuju 5 responden dengan persentase 5% yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga sesuai dengan kualitas rasa dengan jawaban paling dominan menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 47 orang atau 47%. Hal ini dikarenakan harganya sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan Sehingga menjadi daya tarik bagi pelanggan bakso untuk berkunjung kembali ke warung bakso tersebut.

#### 4. Harga sesuai dengan kuantitas rasa (porsinya)

Tabel 5.13

#### Harga sesuai dengan kuantitas rasa (porsinya)

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	42	210	42
2.	Setuju	4	51	204	51

3.	Kurang setuju	3	3	9	3
4.	Tidak Setuju	2	2	4	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>429</b>	<b>100%</b>	

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.13 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 responden dengan persentase 42%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan persentase 51%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga sesuai dengan kuantitas rasa (porsinya) jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Hal ini dikarenakan harganya sesuai dengan kuantitas rasa yang diberikan oleh pemilik warung bakso tersebut. Sehingga menjadi daya tarik bagi pelanggan bakso untuk berkunjung kembali ke warung bakso tersebut.

### **5. Harga warung bakso ini lebih murah dibandingkan tempat lain**

**Tabel 5.14**

**Harga warung bakso ini lebih murah dibandingkan tempat lain**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	20	100	20
2.	Setuju	4	66	264	66
3.	Kurang Setuju	3	6	18	6
4.	Tidak Setuju	2	5	10	5
5.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.14 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden dengan persentase 20%, yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden dengan persentase 66%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 responden dengan persentase 6%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden dengan persentase 5% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga warung bakso tersebut lebih murah dibandingkan tempat lain dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 66%. Hal ini dikarenakan harga bakso lebih murah dibandingkan bakso tempat lainnya. Sehingga konsumen yang menyukai makanan bakso lebih memilih ditempat yang lebih murah.

## 6. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan

Tabel 5.15

### Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	31	155	31
2.	Setuju	4	57	228	57
3.	Kurang Setuju	3	7	21	7
4.	Tidak Setuju	2	4	8	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	3
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.15 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 31%, yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden dengan persentase 57%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 responden dengan persentase 7%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 4% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga bakso sesuai dengan cita rasa yang diberikan dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 57 orang atau 57%. Hal ini dikarenakan harga bakso memang sesuai dengan selera konsumen . Sehingga konsumen lebih memilih membeli bakso sidomulyo tersebut.

#### 5.3.2 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Mengenai Harga

Tabel 5.16

## Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Harga

(X1)

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					Total Skor
		5	4	3	2	1	
Harga (X1)	Harga bakso terjangkau	47	51	2	-	-	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>235</b>	<b>204</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>445</b>
	Harga sesuai dengan daya beli konsumen	46	43	11	-	-	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>230</b>	<b>172</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>435</b>
	Harga sesuai dengan kualitas rasa	47	45	3	5	-	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>235</b>	<b>180</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>434</b>
	Harga sesuai dengan Kuantitas rasa (porsiny)	42	51	3	2	2	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>210</b>	<b>204</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>429</b>
	Harga Warung bakso ini lebih murah dibandingkan tempat lain	20	66	6	5	3	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>100</b>	<b>264</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>395</b>
Harga sesuai dengan cita rasa	31	57	7	4	1		

	yang diberikan						
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>155</b>	<b>228</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>413</b>
<b>Total</b>							<b>2551</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.16 rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Harga (X1) dapat dilihat skor harga bakso terjangkau sebanyak 445, skor harga sesuai dengan daya beli konsumen sebanyak 435, skor harga sesuai dengan kualitas rasa sebanyak 434, skor harga sesuai dengan kuantitas porsi sebanyak 429, skor harga warung bakso lebih murah dibandingkan tempat lain sebanyak 395, dan harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan sebanyak 413, Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **2551**. Adapun nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 6 \times 5 \times 100 = 3000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor minimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Terendah} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 6 \times 1 \times 100 = 600 \end{aligned}$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal} = 3000 - 600 = 480$$

$$\text{Skor} \quad \quad \quad 5$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi variabel harga adalah sebagai berikut:

$$\text{Sangat Baik} \quad \quad = 2521 - 3000$$

$$\text{Baik} \quad \quad \quad = 2041 - 2520$$

Cukup = 1561 – 2040

Tidak Baik = 1081– 1560

Sangat Tidak Baik = 600 – 1080

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel harga dengan total skor 2551 yang berada pada rentang 2521 – 3000 termasuk dalam kategori sangat baik. rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Harga (X1) dapat dilihat skor harga bakso terjangkau sebanyak 445, skor harga sesuai dengan daya beli konsumen sebanyak 435, skor harga sesuai dengan kualitas rasa sebanyak 434, skor harga sesuai dengan kuantitas porsi sebanyak 429, skor harga warung bakso lebih murah dibandingkan tempat lain sebanyak 395, dan harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan sebanyak 413, Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **2551**.

### **5.3.3 Analisis deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Berikut tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan warung bakso sidomulyo:

#### **1. Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian**

Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian dapat mempengaruhi minat berkunjung konsumen, apabila karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam setiap penyajiannya maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan bakso tersebut dan pelanggan akan berminat untuk berkunjung kembali dan pembelian ulang. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.17**

**Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	27	135	27
2.	Setuju	4	70	280	70
3.	Kurang Setuju	3	3	9	3
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>424</b>	<b>100%</b>
---------------	------------	------------	-------------

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.17 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 responden dengan persentase 27%, yang menyatakan setuju sebanyak 70 responden dengan persentase 70%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, Sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 70 orang atau 70%. Hal ini dikarenakan karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian . Sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama dalam penyajian bakso tersebut.

## **2. Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung**

Karyawan warung bakso segera melayani anda saat sedang berkunjung dapat mempengaruhi pembelian ulang bakso, apabila karyawan warung bakso segera melayani anda saat sedang berkunjung maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan bakso tersebut dan pelanggan akan berminat untuk berkunjung kembali dan pembelian ulang. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.18

## Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	22	110	22
2.	Setuju	4	66	264	66
3.	Kurang Setuju	3	11	33	11
4.	Tidak Setuju	2	1	2	1
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>409</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.18 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 22%, yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden dengan persentase 66%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 11% yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1%. Sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 66%. Hal ini dikarenakan karyawan selalu siap melayani pelanggan saat pelanggan datang membeli bakso ke warung bakso.

Sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama dalam penyajian bakso tersebut.

### **3. Anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan**

Karyawan warung bakso segera melayani anda saat sedang berkunjung sehingga anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan maka dapat mempengaruhi pembelian ulang bakso, apabila karyawan warung bakso segera melayani anda saat sedang berkunjung maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan bakso tersebut dan pelanggan akan berminat untuk berkunjung kembali dan pembelian ulang. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.19**

#### **Anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	25	125	25
2.	Setuju	4	68	272	68
3.	Kurang setuju	3	7	21	7
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0

5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.19 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 25%, yang menyatakan setuju sebanyak 68 responden dengan persentase 68%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 responden dengan persentase 7%, Sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 68 orang atau 68%. Hal ini dikarenakan karyawan selalu siap melayani pelanggan saat pelanggan datang membeli bakso kewarung bakso . Sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama dalam penyajian bakso tersebut.

#### **4. Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan**

Karyawan warung bakso selalu ada ketika dibutuhkan sehingga anda tidak terlalu lama menunggu untuk meminta tambahan makanan atau yang lainnya. maka dapat mempengaruhi pembelian ulang bakso, apabila karyawan warung bakso selalu ada ketika anda membutuhkan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan selalu ada ketika dibutuhkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.20

## Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	34	170	34
2.	Setuju	4	59	236	59
3.	Kurang Setuju	3	4	12	4
4.	Tidak Setuju	2	1	2	1
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>422</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.20 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 responden dengan persentase 34%, yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden dengan persentase 59%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 4%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa karyawan selalu ada ketika dibutuhkan dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 59 orang atau 59%. Hal ini dikarenakan karyawan selalu ada ketika dibutuhkan disaat konsumen meminta sesuatu tambahan lainnya. Sehingga konsumen tidak perlu menunggu.

### 5. Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung

Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung dan tidak ada perubahan dalam menu yang disajikan maka dapat mempengaruhi pembelian ulang bakso, apabila rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.21**

#### Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	18	90	18
2.	Setuju	4	67	268	67
3.	Kurang setuju	3	11	33	11
4.	Tidak Setuju	2	4	8	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.21 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 18%, yang menyatakan setuju sebanyak 67 responden dengan persentase 67%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 11%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 4%

dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 67 orang atau 67%. Hal ini dikarenakan cita rasa bakso setiap kali berkunjung selalu sama .

#### **6. Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung**

Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat melayani pelanggan maka dapat mempengaruhi pembelian ulang bakso , apabila karyawan nya ramah dan selalu memberikan senyuman .Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.22**

#### **Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	28	140	28
2.	Setuju	4	44	176	44

3.	Kurang setuju	3	24	72	24
4.	Tidak Setuju	2	3	6	3
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>	

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.22 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 28%, yang menyatakan setuju sebanyak 44 responden dengan persentase 44%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 24 responden dengan persentase 24%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 44 orang atau 44%. Hal ini dikarenakan karyawan nya ramah baik kepada pelanggan.

## **7. Ruang yang menarik dan meja yang tersedia bersih**

Ruang yang menarik dan meja yang tersedia bersih maka dapat mempengaruhi kenyamanan bagi para pelanggan bakso , apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan

responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.23**

**Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	26	130	26
2.	Setuju	4	66	264	66
3.	Kurang Setuju	3	3	9	3
4.	Tidak Setuju	2	5	10	5
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.23 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 26%, yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden dengan persentase 66%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden dengan persentase 5% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu

sebanyak 66 orang atau 66%. Hal ini dikarenakan warung bakso sidomulyo tempatnya menarik dan bersih sehingga pelanggan nyaman ketika makan diwarung bakso tersebut.

### 5.3.4 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

Tabel 5.24

#### Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					Total Skor
		5	4	3	2	1	
Kualitas Pelayanan (X2)	Karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian	27	70	3	-	-	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>135</b>	<b>280</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>424</b>
	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung	22	66	11	1	-	
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>110</b>	<b>264</b>	<b>33</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>409</b>
	Anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan	25	68	7	-	-	

sampai makanan disajikan						
<b>Bobot Nilai</b>	<b>125</b>	<b>272</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>418</b>
Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan	34	59	4	1	2	
<b>Bobot Nilai</b>	<b>170</b>	<b>236</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>422</b>
Cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung	18	67	11	4	-	
<b>Bobot Nilai</b>	<b>90</b>	<b>268</b>	<b>33</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>399</b>
Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan	28	44	24	3	1	
<b>Bobot Nilai</b>	<b>140</b>	<b>176</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>395</b>
Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih	26	66	3	5	-	
<b>Bobot Nilai</b>	<b>130</b>	<b>264</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>413</b>

<b>Total</b>	<b>2880</b>
--------------	-------------

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.24 rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat skor karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian sebanyak 424, skor karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung sebanyak 409, dan skor anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan sebanyak 418, skor karyawan selalu ada ketika dibutuhkan sebanyak 422, skor cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung sebanyak 399, skor karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pebunjang sebanyak 395, dan skor ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih sebanyak 413. Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **2880**. Adapun nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 7 \times 5 \times 100 = 3500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor minimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Terendah} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 7 \times 1 \times 100 = 700 \end{aligned}$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal} = 3500 - 700 = 560$$

$$\text{Skor} \qquad \qquad \qquad 5$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

$$\text{Sangat Baik} \qquad \qquad = 2941 - 3500$$

Baik	= 2381 – 2940
Cukup	= 1821 – 2380
Tidak Baik	= 1261 – 1820
Sangat Tidak Baik	= 700 – 1260

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan total skor 2880 yang berada pada rentang 2941 – 3500 termasuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat skor karyawan warung bakso memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian sebanyak 424, skor karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung sebanyak 409, dan skor anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan sebanyak 418, skor karyawan selalu ada ketika dibutuhkan sebanyak 422, skor cita rasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali anda berkunjung sebanyak 399, skor karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung sebanyak 395, dan skor ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih sebanyak 413. Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **2880**.

### 5.3.5 Analisis deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

#### 1. Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja

yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.25**

**Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	29	130	29
2.	Setuju	4	65	260	65
3.	Kurang setuju	3	3	9	3
4.	Tidak Setuju	2	3	6	3
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>405</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.25 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 responden dengan persentase 29%, yang menyatakan setuju sebanyak 65 responden dengan persentase 65%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 65 orang atau 65%. Hal ini dikarenakan warung bakso sidomulyo tempatnya menarik dan bersih sehingga pelanggan nyaman ketika makan diwarung bakso tersebut

## 2. Karyawan memberikan pelayanan yang baik

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.26**

### **Karyawan memberikan pelayanan yang baik**

<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Bobot</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	5	21	105	21
2.	Setuju	4	56	224	56

3.	Kurang Setuju	3	22	66	22
4.	Tidak Setuju	2	1	2	1
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.26 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 21%, yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden dengan persentase 56%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 22%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan memberikan pelayanan yang baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 56 orang atau 56%. Hal ini karyawan warung bakso sidomulyo memberikan pelayanan yang baik.

### **3. Fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan**

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ditempat

warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruang yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.27**

**Fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	17	85	17
2.	Setuju	4	58	232	58
3.	Kurang setuju	3	21	63	21
4.	Tidak Setuju	2	2	4	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.27 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden dengan persentase 17%, yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden dengan persentase 58%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 21%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%

dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan memberikan pelayanan yang baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 58 orang atau 58%. Hal ini karyawan warung bakso sidomulyo memberikan pelayanan yang baik.

#### **4. Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan**

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.28**

**Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	30	150	30
2.	Setuju	4	59	236	59
3.	Kurang setuju	3	5	15	5
4.	Tidak Setuju	2	6	12	6
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.28 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 responden dengan persentase 30%, yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden dengan persentase 59%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 5 responden dengan persentase 5%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden dengan persentase 6% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan memberikan pelayanan yang baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 59 orang atau 59%. Hal ini karyawan warung bakso sidomulyo memberikan pelayanan yang baik.

**5. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan**

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5.29**

**Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	32	160	32
2.	Setuju	4	56	224	56
3.	Kurang setuju	3	8	24	8
4.	Tidak Setuju	2	2	4	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>414</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.29 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 responden dengan persentase 32%, yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden dengan persentase 56%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 8 responden dengan persentase 8%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2% dan

yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan memberikan pelayanan yang baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 56 orang atau 56%. Hal ini karyawan warung bakso sidomulyo memberikan pelayanan yang baik.

#### **6. Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai**

Menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen maka dapat mempengaruhi para pelanggan bakso, apabila ruangnya menarik dan meja yang bersih maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketempat warung bakso tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.30**

#### **Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	30	150	30
2.	Setuju	4	51	204	51
3.	Kurang Setuju	3	10	30	10
4.	Tidak Setuju	2	6	12	6

5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.30 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 responden dengan persentase 30%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan persentase 51%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 10 responden dengan persentase 10%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden dengan persentase 6% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Karyawan memberikan pelayanan yang baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Hal ini karyawan warung bakso sidomulyo memberikan pelayanan yang baik.

#### **7. Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak**

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.31

Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	32	160	32
2.	Setuju	4	60	240	60
3.	Kurang Setuju	3	2	6	2
4.	Tidak Setuju	2	4	8	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>416</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.31 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 responden dengan persentase 32%, yang menyatakan setuju sebanyak 60 responden dengan persentase 60%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 4% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 60 orang atau 60%.

### 8. Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.32**

**Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	24	120	24
2.	Setuju	4	66	330	66
3.	Kurang setuju	3	7	21	7
4.	Tidak Setuju	2	2	4	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>476</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.32 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden dengan persentase 24%, yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden dengan persentase 66%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 responden dengan persentase 7%, yang

menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 66%.

### **9. Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai**

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang memadai seperti toilet kipas angin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.33**

#### **Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai**

No.	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	22	110	22
2.	Setuju	4	71	284	71
3.	Kurang Setuju	3	5	15	5
4.	Tidak Setuju	2	2	4	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan Tabel 5.33 dapat dilihat jika responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 22%, yang menyatakan setuju sebanyak 71 responden dengan persentase 71%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 5 responden dengan persentase 5%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mengenai Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai dengan jawaban paling dominan menyatakan setuju yaitu sebanyak 71 orang atau 71%.

### 5.3.6 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Responden Mengenai Kepuasan konsumen

**Tabel 5.34**

#### Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel kepuasan

##### Konsumen (Y)

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					Total Skor
		5	4	3	2	1	
Kualitas	Menu bakso yang	29	65	3	3	-	

Pelayanan (X2)	disediakan sesuai dengan selera konsumen						
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>405</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>				
	Karyawan memberikan pelayanan yang baik	21	56	2	1	-	
				2			
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>397</b>
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			
	Fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan	<b>17</b>	<b>58</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
				<b>1</b>			
<b>Bobot Nilai</b>	<b>85</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>386</b>	
		<b>2</b>	<b>3</b>				
Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan	30	59	5	6	0		
<b>Bobot Nilai</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>413</b>	
	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>			
Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	32	56	8	2	2		

	<b>Bobot Nilai</b>	16 0	22 4	2 4	4	2	<b>414</b>
	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	30	51	1 0	6	2	
	<b>Bobot Nilai</b>	15 0	20 4	3 0	1 2	2	<b>398</b>
	Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak	32	60	2	4	2	
	<b>Bobot Nilai</b>	16 0	24 0	6	8	2	<b>416</b>
	Merekomendasikan warung bakso ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik	24	66	7	2	1	
	<b>Bobot Nilai</b>	12 0	33 0	2 1	4	1	<b>476</b>
	Merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang	22	71	5	2	-	

	disediakan memadai						
	<b>Bobot Nilai</b>	<b>11</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>413</b>
		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>5</b>			
<b>Total</b>							<b>3718</b>

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 5.34 rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat skor menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen sebanyak 405, skor karyawan memberikan pelayanan yang baik sebanyak 397, dan skor fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat shalat yang sesuai dengan yang diharapkan sebanyak 386, skor berminat berkunjung kembali Karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan sebanyak 413, skor berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan sebanyak 414, berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai sebanyak 398, merekomendasikan warung bakso kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak sebanyak 416, merekomendasikan warung bakso kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik sebanyak 476, dan merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai sebanyak 413 Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **3718**. Adapun nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 9 \times 5 \times 100 = 4500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor minimal} &= \text{Item} \times \text{Nilai Terendah} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 9 \times 1 \times 100 = 900 \end{aligned}$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$\underline{\text{Skor maksimal}} - \underline{\text{Skor minimal}} = 4500 - 900 = 720$$

Skor 5

Untuk mengetahui tingkat rekapilutasi variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

<b>Sangat Baik</b>	= 3781 – 4500
Baik	= 3061 – 3780
Cukup	= 2341 – 3060
Tidak Baik	= 1621 – 2340
Sangat Tidak Baik	= 900 – 1620

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen dengan total skor 3718 yang berada pada rentang 3781– 4500 termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tanggapan pada variabel Kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat skor menu bakso yang disediakan sesuai dengan selera konsumen sebanyak 405, skor karyawan memberikan pelayanan yang baik sebanyak 397, dan skor fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat shalat yang sesuai dengan yang diharapkan sebanyak 386, skor berminat berkunjung kembali Karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan sebanyak 413 , skor berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan sebanyak 414 , berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai sebanyak 398 , merekomendasikan

warung bakso kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak sebanyak 416 , merekomendasikan warung bakso kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik sebanyak 476 , dan merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai sebanyak 413 Sehingga jumlah total skor adalah sebesar **3718**.

### **Uji Inner Model**

Setelah dilakukan *outer model* (model pengukuran), selanjutnya akan dilakukan *inner model* (model struktural). Dengan melihat *R-Square* dan *path coefficients*, sebagai berikut:

#### **5.3.2 R-Square**

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *R-square*, untuk mengukur besarnya pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Berikut nilai *R-square* pada penelitian:

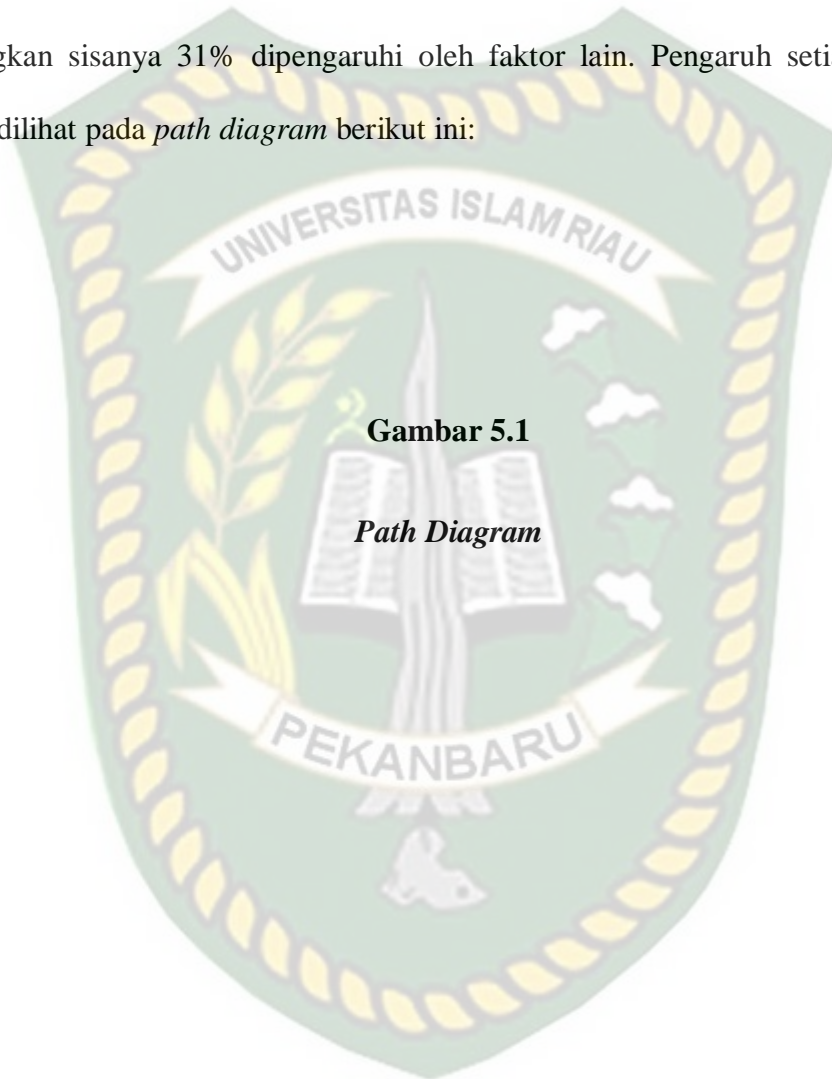
**Tabel 5.35**

#### ***R-Square***

<b>Variabel</b>	<b><i>R-Square</i></b>
Kepuasan Pelanggan	0,691

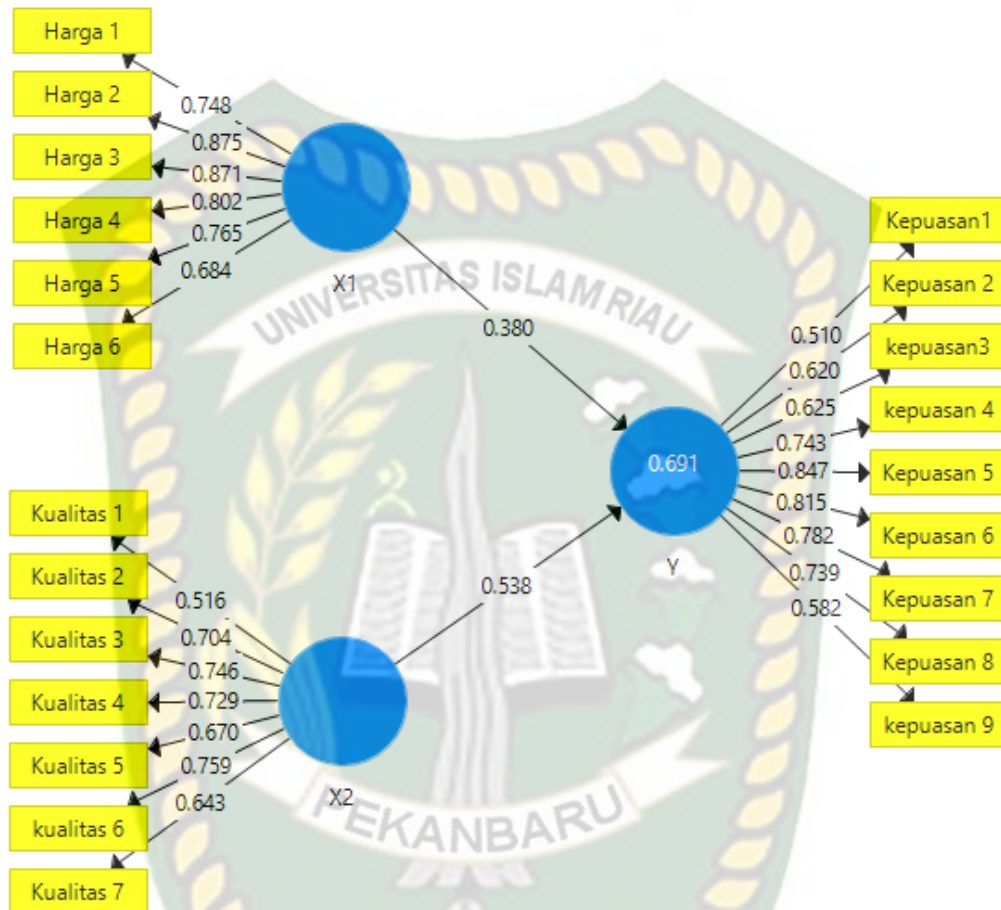
*Sumber: Output SmartPLS 3.0*

Berdasarkan Tabel 5.35 dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y), dan Bukti Fisik (X5) terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 69% sedangkan sisanya 31% dipengaruhi oleh faktor lain. Pengaruh setiap variabel dapat dilihat pada *path diagram* berikut ini:



**Gambar 5.1**

*Path Diagram*



Sumber: Output SmartPLS 3.0

Berdasarkan Gambar 5.1 dapat dilihat pengaruh harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,380 dengan persentase 38,0%%. Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,538 dengan persentase 53,8%.. Dan pengaruh variabel bauran pemasaran (X1 dan X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,691 dengan persentase 69,1%%. Setiap variabel independen memiliki nilai positif, yang artinya

secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh positif terhadap variabel Y.

#### 5.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan uji prasyarat analisis dengan melihat validitas dan reabilitas data penelitian, maka selanjutnya dilakukan metode *bootstrapping* pada *SmartPLS 3.0* untuk mengetahui apakah setiap variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan uji *T-statistic* untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel X terhadap Y. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *T-table* dan *T-statistic*, hipotesis diterima apabila nilai nilai *T-statistic*  $\geq$  *T-table*. Untuk mencari nilai *T-table* =  $t(a/2; n - k - 1)$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T\text{-table} &= t(0.05 / 2 ; 100 - 2 - 1) \\ &= 0.025 ; 97 = 1.985 \text{ (tabel T)} \end{aligned}$$

Keterangan:

- a = Tingkat signifikansi
- n = Jumlah sampel
- k = Jumlah variabel bebas

Selanjutnya nilai *T-table* yang didapat akan dibandingkan dengan nilai *T-Statistic* untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji *path coefficients* pada penelitian:

Tabel 5.36

*Path Coefficients*

Pengaruh Model	<i>T-Table</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
Harga → Kepuasan pelanggan	1,985	4.801	0.000	Diterima
Kualitas pelayanan → Kepuasan pelanggan	1,985	6.485	0.000	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 3.0

Berdasarkan Tabel 5.36 didapatkan hasil *T-Statistic* pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 4,801. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 6,485. Untuk melihat tingkat signifikansi setiap variabel akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

## B. Pembahasan

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan warung bakso Sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap.

### 1. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo.

a. Hipotesis

$H_0$  = Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_1$  = Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

b. Dasar pengambilan keputusan

1)  $T\text{-statistic} \geq T\text{-table} \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

$T\text{-statistic} < T\text{-table} \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

2)  $P\text{ Values} < 0,05 \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

$P\text{ Values} \geq 0,05 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

c. Keputusan

1)  $4,801 < 1,985 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

2)  $0,000 \geq 0,05 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Berdasarkan perhitungan *SmartPLS 3.0* didapatkan hasil *T-statistic* sebesar 4,801 lebih besar daripada *T-table* yaitu sebesar 1,985. Sedangkan nilai *P Values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) yang telah datang berkunjung diwarung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap. Pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan pelanggan warung bakso diDesa Kebun Cina Kecamatan Peranap meningkat pada saat melakukan pembelian, maka nilainya akan meningkat pula. Dengan demikian, apabila nilai yang dirasakan pelanggan warung bakso di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap. semakin tinggi setiap kali pembelian, maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatkan minat

untuk melakukan pembelian ulang.

**Harga menjadi faktor** yang dapat mendorong kepuasan pelanggan. Setiap usaha dalam bidang kuliner cepat saji memiliki kelebihan dan juga memiliki kekurangannya masing-masing seperti tempat, fasilitas, menu, dan tentunya harga yang ditawarkan kepada pelanggan. Pemilik warung bakso harus pandai dalam menghitung laba. Dengan perhitungan laba yang baik dapat menetapkan harga makanan dengan tepat sehingga konsumen tidak merasa harga yang ditawarkan kemahalan. Harga yang ditetapkan warung bakso di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap juga harus disesuaikan dengan kualitas produk atau jasa dan pelayanan yang diberikan. Hal ini akan membuat konsumen yang telah datang berkunjung ke warung bakso di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

## **2. Pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo.**

### a. Hipotesis

H<sub>0</sub> = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

### b. Dasar pengambilan keputusan

1)  $T\text{-statistic} \geq T\text{-table} \rightarrow H_0$  ditolak dan H<sub>2</sub> diterima

$T\text{-statistic} < T\text{-table} \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak

2)  $P\text{ Values} < 0,05 \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima

$P\text{ Values} \geq 0,05 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak

c. Keputusan

1)  $6,485 < 1,985 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak

2)  $0,000 \geq 0,05 \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak

Berdasarkan perhitungan *SmartPLS 3.0* didapatkan hasil *T-statistic* sebesar 6,485 lebih besar daripada *T-table* yaitu sebesar 1,985. Sedangkan nilai *P Values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang telah datang melakukan pembelian diwarung bakso sidomulyo di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan diwarung bakso sidomulyo semakin tinggi minat berkunjung dan pembelian ulang bakso tersebut. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang akan diperhatikan oleh pemilik warung bakso di Desa KebunCina Kecamatan Peranap. Pelayanan yang berkualitas dan baik kepada konsumen dapat membantu warung bakso di Desa Kebun Cina Kecamatan Peranap dalam menarik konsumen baru dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga akan tetap mempertahankan konsumen yang ada. Berdasarkan hal itu, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**3. Pengaruh variabel deskriptif terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap**

## a. Hipotesis

H0 = Bauran pemasaran secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H3 = Bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

## b. Dasar pengambilan keputusan

F-hitung  $\geq$  F-tabel  $\rightarrow$  H0 ditolak dan H3 diterima

F-hitung  $<$  F-tabel  $\rightarrow$  H0 diterima dan H3 ditolak

Dalam melakukan uji hipotesis secara simultan, dilakukan secara manual dengan mencari nilai F-hitung dan F-tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{hit} &= R^2 (n - k - 1) / (1 - R^2) k \\ &= 0,691 (100 - 2 - 1) / (1 - 0,691) 2 \\ &= 67,027 / 0,618 \\ &= 108 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= F_{\alpha} (k ; n - k - 1) \\ &= F_{0,05} (2 ; 100 - 2 - 1) \\ &= F_{0,05} (2 ; 97) \end{aligned}$$

= 2,31 (tabel F)

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi *R-square*

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

a = tingkat signifikansi

c. Keputusan

$108 \geq 2,31 \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima

Berdasarkan perhitungan pada poin b, didapatkan nilai F-hitung sebesar 108 lebih besar daripada T-tabel yaitu sebesar 2,31. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel deskriptif secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hipotesis pertama menunjukkan hasil bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap.
2. Berdasarkan hipotesis kedua menunjukkan hasil bahwa variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap.
3. Secara simultan, berdasarkan hipotesis ketiga menunjukkan hasil bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso sidomulyo didesa kebun cina kecamatan peranap.

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan dengan harapan dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan warung bakso diDesa Kebun Cina Kecamatan Peranap, adapun saran yang diberikan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
  - Harga yang ditetapkan warung bakso diDesa Kebun cina kecamatan Peranap sudah terjangkau.

-Kualitas pelayanan warung bakso juga harus ditingkatkan lagi terutama apabila pelanggan telah menikmati makanan sebaiknya meja harus segera dibersihkan jangan sampai konsumen baru datang dan duduk,tetapi meja belum dibersihkan dan terlihat kotor. hal ini akan mengurangi kualitas pelayanan.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti lokasi, kualitas produk, promosi. Sehingga diperoleh informasi secara lengkap terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bakso Sidomulyo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Ferry Rostya Adi, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2012.
- Amanah, Dita. *Pengaruh Harga dan Kuaitas Produk Terhadap kepuasan konsumen pada Majesty Bakery dan Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan, Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Universitas Negeri Medan. Vol. 2 nomor 1, Maret 2010.
- Bi Rahmani Nur Ahmadi, *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi Uin Su Press, 2016.
- Himawan, Baron dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar, Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*, universitas Slamet Riyadi Surakarta. Vol 16. Nomor 3, September 2016.
- Santoso, Imam. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen, Jurnal Managemen Teknologi*, Universitas Brawijaya Malang. Vol. 15. Nomor 1, 2016.
- Utomo, Slamet Pujo. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas konsumen (Studi Pada Pelanggan Indosat di FEB, Fakultas Hukum, Fakultas*

*Teknik, dan FISIP*) Universitas Diponegoro Semarang, 2014.

Wahyuni, Dita Dwi. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri, Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016.

Widodo, T. *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.12*, Jakarta: Indeks, 2007.

Nurmansyah.2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Unilak Press Kampus Universitas Lancang Kuning.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi diterjemahkan, 2006.

Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing. Yogyakarta.