

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL CABANG MANAHAN SURAKARTA

Gatot Prastyo \*<sup>1</sup>  
Adcharina Pratiwi <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

\*e-mail: [gatotprastyo24@gmail.com](mailto:gatotprastyo24@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstrak

Waroeng Spesial Sambal, salah satu bisnis kuliner yang sukses yang memiliki 73 cabang tersebar di seluruh kota Indonesia, salah satunya waroeng Spesial Sambal cabang Manahan yang selalu ramai pengunjung. Di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner, kepuasan pelanggan merupakan referensi penting bagi perusahaan. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa perusahaan dihadapkan komplain pelanggan terutama mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (2) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (3) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan waroeng Spesial Sambal cabang Manahan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan sampel 100 mahasiswa dihitung menggunakan rumus Leedy. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria pelanggan membeli produk lebih dari 2 kali. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dinilai dengan skala Likert 5-poin. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan waroeng Spesial Sambal cabang Manahan, ditunjukkan dengan p-value (0,000) < 0,05 dengan demikian hipotesis 1 terbukti. (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan waroeng Spesial Sambal cabang Manahan, ditunjukkan dengan p-value (0,029) < 0,05 dengan demikian hipotesis 2 terbukti. (3) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan waroeng Spesial Sambal cabang Manahan, ditunjukkan dengan p-value (0,467) > 0,05 dengan demikian hipotesis 3 tidak terbukti.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan

## Abstract

Waroeng Spesial Sambal, one of the successful culinary businesses that has 73 branches spread throughout the cities of Indonesia, one of which is waroeng Spesial Sambal, Manahan Surakarta Branch, which is always crowded with visitors. In the midst of tight competition in the culinary business, customer satisfaction is an important reference for the company. The results of the researcher's observations show that the company is faced with customer complaints, especially regarding service quality, product quality and price. The purpose of this study is to analyze (1) the effect of service quality on customer satisfaction (2) the effect of product quality on customer satisfaction (3) the effect of price on customer satisfaction. The population of this study was customers of waroeng Spesial Sambal, Manahan Surakarta Branch, whose number is not known for certain. This study used a sample of 100 students calculated using the Leedy formula. The sampling technique used purposive sampling, with the criteria that customers buy products more than 2 times. The data collection technique used a questionnaire assessed with a 5-point Likert scale. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of the analysis showed that (1) Service quality had a significant effect on customer satisfaction at waroeng Spesial Sambal, Manahan Surakarta Branch, showed p-value (0,000) < 0,05 thus hypothesis 1 was proven. (2) Product quality has a significant effect on customer satisfaction at waroeng Spesial Sambal, Manahan Branch, Surakarta, showed p-value (0,029) < 0,05 thus hypothesis 2 is proven. (3) Price does not have a significant effect on customer satisfaction at waroeng Spesial Sambal, Manahan Branch, Surakarta, showed p-value (0,467) > 0,05 thus hypothesis 3 is not proven.

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

## PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia sedang gencar-gencarnya memajukan pariwisata, salah satu diantaranya adalah pengembangan wisata kuliner, dimana kekayaan budaya berupa makanan

tradisional Indonesia menjadi aset atraksi wisata yang berharga. Wisata kuliner berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman, dimana *trend* wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut dan tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan (Wijayanti, 2020).

Salah satu bisnis kuliner yang memiliki ciri khas Indonesia dan masih digemari masyarakat hingga saat ini ialah waroeng Spesial Sambal atau sering disingkat waroeng SS. Waroeng Spesial Sambal atau waroeng SS didirikan oleh Yoyok Hery Wahyono mahasiswa Teknik Universitas Gajah Mada, waroeng SS pertama kali didirikan pada 20 Agustus 2002. Untuk mendirikan usaha kulinernya ini, Yoyok menggunakan modal awal sebesar 9 juta rupiah. Keberhasilan bisnis waroeng Spesial Sambal tidak hanya dicapai di Indonesia, pada tahun 2019 bisnis kuliner ini telah "*go internasional*" dengan membuka cabang di Kualalumpur, hal ini suatu perkembangan pesat bagi waroeng SS ([www.waroengss.com](http://www.waroengss.com)).

Kegiatan bisnis waroeng Spesial Sambal telah bertahan lebih dari 20 tahun dan kini mempunyai lebih dari 100 cabang yang tersebar di wilayah Indonesia, salah satunya adalah waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta. Pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta kebanyakan remaja yang rata-rata adalah pelajar dan mahasiswa yang menyukai selera pedas, selain itu juga digemari oleh kelompok pebisnis dan segmen keluarga ([www.waroengss.com](http://www.waroengss.com)).

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta, menunjukkan bahwa perusahaan selain dihadapkan pada persaingan yang ketat, pelanggan semakin pandai dan kritis dalam memilih rumah makan yang sesuai harapannya. Permasalahan yang dihadapi tidak lepas dengan adanya komplain pelanggan, seperti lama menunggu makanan, kesalahan dalam menangani pesanan, cita rasa, makanan tidak sesuai harapan, kebersihan, suasana restoran, hingga kesalahan dalam menangani pesanan. Meskipun demikian, perusahaan tetap berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan.

Riset untuk menilai kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta juga didukung observasi peneliti dengan menggunakan *google review*. *Google review* menjadi salah satu fitur yang dibuat oleh google untuk seluruh alamat yang tercantum dalam *google map*. Hasil observasi menunjukkan bahwa rating kepuasan pelanggan yang berkunjung di warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta masih belum memenuhi harapan pelanggan, hal ini ditandai dengan simbol bintang sebagai bentuk ekspresi pelanggan atas pelayanan yang diterima. Kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta berdasarkan ulasan di *google map* rata-rata memperoleh peringkat bintang 4,5 namun dari semua pengunjung masih banyak yang merasa kecewa atas kinerja yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan merupakan referensi penting bagi pemasar dalam mencapai profitabilitas (Lupiyoadi, 2016:65). Upaya memuaskan pelanggan merupakan elemen penting dalam teori pemasaran, di mana kepuasan pelanggan akan mempengaruhi profitabilitas dan perilaku pembelian konsumen di masa mendatang (Chang, 2022:10).

Kualitas pelayanan ialah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang dapat ditawarkan oleh penyedia layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Alat ukur kualitas layanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan layanan, empati, dan bukti fisik bahwa perusahaan memiliki fasilitas layanan perlengkapan, produk, sumber daya manusia yang nyata (Tjiptono, 2017:61).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Supertini, Telagawathi dan Yulianthini (2020); Subawa dan Sulistyawati (2020); Rosalina, Tamamudin dan Mawaddah (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun temuan tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Octavia (2020) dan Nugraha dan Astarini (2023) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, kualitas produk merupakan

elemen penting dalam mempertahankan pelanggan, sehingga perusahaan harus mampu menjaga kualitas produknya dengan konsisten (Nischay dan Rajput, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bali (2022); Naully dan Saryadi (2021); Dewantoro, Wisnalmawati dan Istanto (2021); Hartanto dan Andreani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk menurut persepsi pelanggan akan memberikan kontribusi positif pada kepuasan pelanggan. Namun temuan tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawati (2020) dan Sulianto (2019) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Wijaya, Widayati dan Perkasa (2023) ditengah persaingan, faktor harga turut berperan dalam mendukung kepuasan konsumen, oleh karenanya harga membedakan penawarannya dari para pesaing dapat digunakan sebagai strategi merupakan suatu cara bagi seorang penjual. Salsabila (2023) mengungkapkan bahwa restoran seharusnya menetapkan harga yang layak dan terjangkau dengan semua tingkat kalangan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusairi, Syahrani dan Yulianti (2020); Hadita (2020); Wijaya, Widayati dan Perkasa (2023) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun temuan tersebut berbeda dengan hasil penelitian Rezkiani dan Sampurna (2020) dan Permata dan Habib (2024) yang menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sejalan dengan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL CABANG MANAHAN SURAKARTA.

**METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada konsumen waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta beralamat di Jl. Hasanudin No.53 Purwosari, Kecamatan Laweyan Solo untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta dipilih menjadi objek penelitian karena dengan pertimbangan adanya permasalahan yaitu berkaitan dengan kepuasan pelanggan serta diperolehnya izin penelitian. Jenis data yaitu kuantitatif. Sumber data yakni primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknown population*). Sampel sejumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan adalah masyarakat yang melakukan pembelian di waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta lebih dari 2 kali.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sebagai instrument (alat) dalam penelitian apakah valid atau tepat untuk mengambil data. Uji validitas menggunakan *pearson correlation product moment/pearson correlation*. Kriteria kuesioner dikatakan valid bila *p-value (probabilitas value/signifikansi) < 0,05*.

**Uji validitas variabel Kualitas pelayanan (X1)**

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel Kualitas pelayanan (X1)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Keterangan
----------------	----------------	----------	------------

X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.8	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.9	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.10	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa kuesioner X1.1 sampai dengan X1.10 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel kualitas pelayanan valid.

**Uji validitas variabel kualitas produk (X2)**

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel kualitas produk (X2)

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.8	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item kuesioner X2.1 sampai dengan X2.8 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05, maka semua item kuesioner variabel kualitas produk valid.

**Uji validitas variabel harga (X3)**

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel harga (X3)

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item kuesioner X3.1 sampai dengan X3.5 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel harga valid.

**Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y)**

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
----------------	---------------	----------	------------

Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas dari tabel diatas menunjukkan bahwa kuesioner Y.1 sampai dengan Y.5 diperoleh nilai signifikansi ( $p\text{-value}$ ) = 0,000 < 0,05, maka semua item kuesioner variabel kepuasan pelanggan valid.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,963	0,60	Reliabel
Kualitas produk	0,945	0,60	Reliabel
Harga	0,918	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,934	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen dapat disimpulkan, instrumen untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang.

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Tabel 6. Hasil uji multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas pelayanan	0,654	1,530
	Kualitas produk	0,657	1,522
	Harga	0,963	1,039

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel X1 (Kualitas pelayanan) = 0,654, X2 (Kualitas produk) = 0,657, dan X3 (Harga) = 0,963 > 0,10 dan nilai VIF variabel X1 (Kualitas pelayanan) = 1,530, X2 (Kualitas produk) = 1,522, dan X3 (Harga) = 1,039 < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

**Hasil uji heteroskedastisitas**

Tabel 7. Hasil uji heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>	
---------------------------	--

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-0,733	1,942			-0,377	0,707
Kualitas pelayanan	0,035	0,032	0,135		1,092	0,278
Kualitas produk	-0,028	0,043	-0,080		-0,650	0,518
Harga	0,100	0,062	0,166		1,622	0,108

a. Dependent Variable: ABSRES\_1

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil menunjukkan p-value (signifikansi) dari variabel variabel X1 (Kualitas pelayanan) = 0,278, X2 (Kualitas produk) = 0,518 dan X3 (Harga) = 0,108 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

**Hasil uji normalitas**

Tabel 8. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,57240621
Most Extreme Differences	Absolute	0,110
	Positive	0,062
	Negative	-0,110
Test Statistic		0,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,005 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0,169 <sup>d</sup>
	99% Confidence Lower Bound	0,159
	Interval Upper Bound	0,178

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Data primer diolah, 2024

Besarnya p-value (signifikansi) Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,169 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal ( lolos uji normalitas).

**Hasil Analisis Data**

Tabel 9. karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Laki-Laki	40	40
2	Perempuan	60	60
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil temuan menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki 40% dan perempuan 60%.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
SD	6	3
SLTP	20	14
SLTA	37	23
Diploma	15	18
Sarjana S1	18	17
Sarjana S2	4	10
Total	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil temuan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini mayoritas 37% dengan tingkat pendidikan SLTA, selanjutnya 20% dengan tingkat pendidikan SLTP, 18% dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1), 15% dengan tingkat pendidikan Diploma, 6% berpendidikan SD, dan sisanya 4% dengan tingkat pendidikan Sarjana (S2).

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
< 21 Tahun	25	25
21 – 40 Tahun	45	45
> 40 Tahun	30	30
Total	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil temuan menunjukkan bahwa tingkat usia responden mayoritas 45% berusia kurang antara 21-40 tahun, selanjutnya 30% berusia lebih dari 40 tahun, dan sisanya 25% berusia kurang dari 25 tahun.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	41	41
PNS	13	13
Pegawai Swasta	18	18
Wiraswasta	16	16
Lainnya	12	12
Total	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil temuan menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas 41% adalah pelajar/mahasiswa, selanjutnya 18% adalah kelompok pegawai swasta, 16% adalah kelompok wiraswasta, 13% adalah kelompok PNS dan sisanya 12% adalah kelompok lainnya (ibu rumah tangga dan pensiunan).

### Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden

### Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan (X1)

Tabel 13. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan (X1)

No	PERNYATAAN	Rata-rata
----	------------	-----------

1	Restoran ini memiliki kemudahan tempat parkir.	3,98
2	Restoran ini memiliki desain yang menarik.	4,12
3	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi dengan benar dapat diandalkan.	3,94
4	Menu yang dihidangkan di restoran ini sesuai dengan menu yang dipesan.	4,03
5	Karyawan di restoran ini sigap dalam memberikan pelayanan.	3,96
6	Karyawan di restoran ini menunjukkan bersedia membantu pelanggan yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan.	4,08
7	Karyawan di restoran ini sopan dalam melayani pelanggan.	3,98
8	Karyawan di restoran ini menguasai informasi mengenai menu-menu yang tercantum.	4,01
9	Karyawan di restoran ini menghargai pelanggan.	3,96
10	Karyawan di restoran ini memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	3,90
RATA-RATA		4,00 (Baik)

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh rata-rata sebesar 4,00. Rata-rata ini menunjukkan responden menilai baik kualitas pelayanan pada waroeng Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta dengan indikator variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Nilai rata-rata tertinggi 4,12 pada indikator *tangibles* yaitu pada item kuesioner “Restoran ini memiliki desain yang menarik.” Nilai rata-rata terendah 3,90 pada indikator *empathy* yaitu pada item kuesioner “Karyawan di restoran ini memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan”.

### Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas produk (X2)

Tabel 14. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas produk (X2)

No	PERNYATAAN	Rata-rata
1	Menu makan yang dijual di restoran ini bervariasi.	3,85
2	Restoran ini menawarkan porsi lebih banyak dari restoran lainnya.	4,01
3	Produk yang disajikan di restoran ini higienis.	3,86
4	Makanan disajikan restoran ini dengan cepat.	4,03
5	Restoran ini selalu menyajikan makanan yang masih baru dan segar.	4,00
6	Jika menu tidak sesuai dengan harapan pelanggan, karyawan mau menggantinya.	3,99

7	Restoran ini memiliki kualitas rasa yang enak.	3,83
8	Kualitas makanan yang disajikan restoran ini sesuai dengan uang yang dikeluarkan.	4,02
RATA-RATA		3,95 (Baik)

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel kualitas produk ( $X_2$ ) diperoleh rata-rata sebesar 3,95. Rata-rata ini menunjukkan responden menilai baik kualitas produk pada Warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta dengan indikator variabel kualitas produk ( $X_2$ ) yaitu Kinerja (*Performance*), Keistimewaan Tambahan (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Spesification*), Daya Tahan (*Durability*), Kemampuan melayani (*Serviceability*), Estetika, Kualitas yang dipersepsikan. Nilai rata-rata tertinggi 4,03 pada indikator kesesuaian dengan spesifikasi yaitu pada item kuesioner “Makanan disajikan restoran ini dengan cepat.” Nilai rata-rata terendah 3,83 pada indikator estetika yaitu pada item kuesioner “Restoran ini memiliki kualitas rasa yang enak”.

### Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga ( $X_3$ )

Tabel 15. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga ( $X_3$ )

No	PERNYATAAN	Rata-rata
1	Harga yang ditawarkan di restoran ini terjangkau oleh semua kalangan.	4,14
2	Harga makanan dan minuman di restoran ini sesuai dengan kualitas yang saya terima.	4,15
3	Harga makanan dan minuman di restoran ini sesuai dengan manfaat yang saya terima.	4,21
4	Harga yang ditawarkan di restoran ini bersaing dengan restoran lain.	4,20
5	Pada saat mencari restoran, saya akan menjatuhkan pilihan pertama pada waroeng Spesial Sambal.	4,04
RATA-RATA		4,15 (Baik)

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Harga ( $X_3$ ) diperoleh rata-rata sebesar 4,15. Rata-rata ini menunjukkan bahwa responden menilai baik penetapan harga pada warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta dengan indikator variabel Harga ( $X_3$ ) yaitu 1. keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. kesesuaian harga manfaatnya 4. daya saing harga. Nilai rata-rata tertinggi 4,21 pada indikator kesesuaian harga

manfaatnya yaitu pada item kuesioner “Harga makanan dan minuman di restoran ini sesuai dengan manfaat yang saya terima”. Nilai rata-rata terendah 4,08 pada indikator daya saing harga yaitu pada item kuesioner “Pada saat mencari restoran, saya akan menjatuhkan pilihan perama pada waroeng Spesial Sambal”.

**Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

Tabel 16. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

No	PERNYATAAN	Rata-rata
1	Saya puas dengan kualitas produk di restoran ini.	3,96
2	Saya puas dengan kualitas layanan di restoran ini.	4,01
3	Saya puas dengan merek Waoreng Spesial Sambal.	3,96
4	Saya puas dengan harga makanan yang sesuai dengan kualitas yang ada.	4,01
5	Saya puas dengan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.	4,01
RATA-RATA		3,99 (Tinggi)

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh rata-rata sebesar 3,99. Rata-rata ini menunjukkan bahwa responden menilai 9 tinggi kepuasan pelanggan Manahan, dengan indikator variabel kepuasan pelanggan (Y) yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya. Nilai rata-rata tertinggi 4,01 pada indikator kualitas pelayanan yaitu pada item kuesioner “Saya puas dengan kualitas layanan di restoran ini” dan pada indikator Harga yaitu pada item kuesioner “Saya puas dengan harga makanan yang sesuai dengan kualitas yang ada” serta pada indikator biaya yaitu pada item kuesioner “Saya puas dengan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan”. Nilai rata-rata terendah 3,96 pada indikator kualitas produk yaitu pada item kuesioner “Saya puas dengan kualitas produk di restoran ini” dan pada indikator Emosional yaitu pada item kuesioner “Saya puas dengan merek Waoreng Spesial Sambal”.

**Hasil Analisis Induktif**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,319	2,888		3,227	0,002
Kualitas Pelayanan	0,189	0,048	0,405	3,947	0,000
Kualitas Produk	0,142	0,064	0,227	2,223	0,029
Harga	-0,067	0,092	-0,062	-0,730	0,467

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil tersebut dapat dijabarkan ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 9,319 + 0,189 X1 + 0,142 X2 - 0,067 X3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

a= 9,319 (positif), artinya jika variabel X1 (Kualitas pelayanan), X2 (Kualitas produk) dan X3 (Harga) konstan maka Y (Kepuasan pelanggan) adalah positif.

b1= 0,189 (pengaruh positif) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya : jika kualitas pelayanan meningkat maka Y (Kepuasan pelanggan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X2 (Kualitas produk) dan X3 (Harga) konstan/tetap.

b2= 0,142 (pengaruh positif) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya : jika kualitas produk meningkat maka Y (Kepuasan pelanggan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (Kualitas pelayanan) dan X3 (Harga) konstan/tetap.

b3= -0,067 (pengaruh negatif) Harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya : jika harga meningkat maka Y (Kepuasan pelanggan) akan menurun, dengan asumsi variabel X1 (Kualitas pelayanan) dan X2 (Kualitas produk) konstan/tetap.

### Hasil Uji t

Tabel 18. Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized		
	Unstandardized Coefficients		Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,319	2,888		3,227	0,002
Kualitas pelayanan	0,189	0,048	0,405	3,947	0,000
Kualitas produk	0,142	0,064	0,227	2,223	0,029
Harga	-0,067	0,092	-0,062	-0,730	0,467

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 18 diatas diperoleh uji t sebagai berikut :

- 1) Hasil uji t Variabel X1 (Kualitas pelayanan). Diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan: H1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta terbukti kebenarannya.
- 2) Hasil uji t Variabel X2 (Kualitas produk). Diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,029 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan: H2 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta terbukti kebenarannya.
- 3) Hasil uji t Variabel X3 (Harga). Diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,467 > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan: H3 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta tidak terbukti kebenarannya.

**Hasil Uji F**

Tabel 19. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337,640	3	112,547	16,493	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	655,110	96	6,824		
	Total	992,750	99			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 16,493 dengan nilai signifikansi ( p-value) sebesar 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 (Kualitas pelayanan), X2 (Kualitas produk) dan X3 (Harga) terhadap Y (Kepuasan pelanggan) sudah tepat.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,583 <sup>a</sup>	0,340	0,319	2,612

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

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) untuk model ini adalah sebesar 0,319, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen variabel X1 (kualitas pelayanan), variabel X2 (kualitas produk) dan variabel X3 (harga) terhadap Y (kepuasan pelanggan) sebesar 31,9 %. Sisanya (100% - 31,9 %)= 60,1 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya promosi dan lokasi.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta, dengan demikian hipotesis 1 terbukti. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta, dengan demikian hipotesis 2 terbukti. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta, dengan demikian hipotesis 3 tidak terbukti.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan *empathy* dalam pelayanan dengan cara karyawan semakin memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan dan sebaiknya selalu memelihara aspek *tangibles* dengan cara restoran ini memiliki desain yang selalu menarik.
2. Warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan estetika produk dengan cara menjaga dan mempertahankan kualitas rasa yang semakin enak serta sebaiknya selalu menjaga kesesuaian dengan spesifikasi dengan cara makanan yang disajikan selalu cepat.
3. Warung Spesial Sambal cabang Manahan Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan daya

saing harga dan selalu menjaga kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan sehingga pada saat mencari restoran, konsumen akan semakin menjatuhkan pilihan pertama pada waroeng Spesial Sambal.

4. Untuk memperoleh hasil temuan yang lebih lebih lengkap dan akurat, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel independen lain yang turut mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan sangat dianjurkan untuk mengeksplorasi model dengan menambahkan variabel pemediasi atau pemoderasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(1), 1-14.
- Barnes, J. G. (2014). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Chang, S. H. (2022). Eliciting Brand Loyalty with Elements of Customer Experience: A Case Study on the Creative Life Industry. *Sustainability*, 14, 1-21.
- Dewantoro, D. H., Wisnalmawati, dan Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffee Shop Fihl Pekanbaru). *The 4th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2021)*, Universitas Widyagama Malang, 15 Desember 2021, 21-28.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadita. (2020). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 25-38.
- Haris, D., dan Welsa, H. (2019). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *Upajiwa Dewantara*, 2(2), 125-139.
- Hartanto, A., dan Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *AGORA*, 7(1), 1-6.
- Indrawati, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Cincau Station Surabaya. *AGORA*, 6(2), 1-5.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Indeks GramediaAbdullah, Ahmad.
- (2021). Pengaruh Promosi, (CRM) dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi pada perusahaan ekspedisi Dakota di Semarang. *Jurnal Ekonomi*. Vol 5. No 2. Hal 17-25.
- Kusairi, Syahrani dan Yulianti (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Cepat Saji Rocket Chicken Cabang Di Balangan (Studi Pada Rumah Makan Cepat Saji Cabang Paringin), *Artikel Ilmiah, Univeresitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari*, 1-5.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba.
- Naully, C., dan Saryadi. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen J.Co Donuts dan Coffee Java Supermall Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 974-983.
- Nischay, K. U., dan Rajput, S. (2020). An Assessment of the Relationship Among Brand Trust, Perceived Value and Brand Loyalty. *Research Gate*, 10-23. <http://www.publishingindia.com>
- Nugraha, F. S. E., dan Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*,

- 3(1), 1911-1924.
- Octavia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Payne, A. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Permata dan Habib. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mekar Sari di Kabupaten Trenggalek. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 83-102.
- Rezkiani dan Sampurna. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Cendrawasih *Seafood* 29 Jakarta Utara), *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-21.
- Rosalina,U., Tamamudin, dan Mawaddah, E. V. (2021).Membangun Loyalitas Dengan Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan. *JIEF – Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 1-10.
- Subawa, I. G. B., dan Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 718-736.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta Bandung.
- Sulianto, V. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Etude House Di Galaxy Mall Surabaya. *AGORA*, 5(1), 1-8.
- Supertini, N. P. S., Telagawathi, N. L. W. S., dan Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Supranto, J. (2015). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Wijaya, Widayati dan Perkasa (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(3), 82-91.
- Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74-82.