PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BAKSO MAMA PUSAT DI DENANYAR JOMBANG

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD REZA ZAMRONI

NIM: G73216045

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : MUHAMMAD REZA ZAMRONI

NIM : G73216045

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BAKSO MAMA PUSAT DI DENANYAR JOMBANG

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

MUHAMMAD REZA ZAMRONI

NIM. G73216045

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Reza Zamroni NIM G73216045 ini telah diperiksa dan dipersetujui untuk diseminarkan.

Surabaya, 2 Febuari 2021

Dosen Pembimbing

Dr. Mustofa, S. Ag. M. E. I
NIP.197710302008011007

PENGESAHAN

Skipsi yang ditulis oleh Muhammad Reza Zamroni dengan NIM G73216045 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 26 Januari 2021 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam prodi Manajemen.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I Dr. Mustofa, S.Ag. M. E. I NIP.197710302008010 07	Penguji II Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM NIP.196806212007011030
Penguji III Dr. Akh. Yunan Atho'illah, M. Si NIP.198101052015031003	Penguji IV Muchammad Sai'fuddin, M. SM. NIP.198603132019031011

Surabaya, 25 Februari 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan

Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD REZA ZAMRONI
NIM : G73216045
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : rezazamroni16@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BAKSO MAMA PUSAT DI DENANYAR JOMBANG

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 April 2021

Penulis

(M. REZA ZAMRONI)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada bakso mama pusat di Denanyar Jombang" merupakan salah satu jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat Denanyar Jombang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan pengumpulkan data primer. Sampel penelitian kali ini ditentukan dengan *probability sampling* dan *simple random sampling*, dengan jumlah 96 orang responden. Data dalam penelitian dianalisis dengan uji regresi linier berganda, menggunakan program SPSS 23.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk memberikan pengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang. Dengan hasil tersebut juga menujukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

Dapat disimpulkan bahwa peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel terkait yakni kepuasan konsumen yang kemudian ditambah atau diperluas dengan variabel-variabel lainnya seperti harga, *brand image*, citra merek dan sebagainya. Dan diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memerikan hasil yang lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, keragaman produk, kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGAJUAN..... **Error! Bookmark not defined.**

PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

PERSETUJUANPEMBIMBING.....iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI.....xii

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN.....xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 13

C. Tujuan Penelitian..... 13

D. Kegunaan Hasil Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA 15

A. Landasan Teori 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Kepuasan Konsumen 15

2. Kualitas Produk 20

3. Kualitas Pelayanan 26

4. Keragaman produk 29

B. Penelitian Terdahulu 32

C. Kerangka Konseptual 35

D. Hipotesis 36

BAB III METODE PENELITIAN 38

A. Jenis Penelitian 38

B. Waktu danTempat Penelitian 38

C. Populasi dan Sempel penelitian 39

D. Variabel Penelitian 41

E. Definisi Operasional 42

F. Uji Validitas 43

G. Uji Realibilitas 43

H. Data dan Sumber Data 44

I. Teknik Pengumpulan Data 45

J. Teknik Analisis Data 46

1. Uji Asumsi klasik 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

K. Uji Hipotesis 48

BAB IV HASIL PENELITIAN 50

A. Deskripsi Lokasi Penetian 50

1. Karakteristik Responden 53

B. Analisis Data 89

1. Uji Validitas 89

2. Uji Reabilitas 93

3. Uji AsumsiKlasik 94

4. Uji Hipotesis 98

BAB VPEMBAHASAN 106

BAB VIKESIMPULAN 115

DAFTAR PUSTAKA 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan bakso daerah Jombang 11

Tabel 1.2 Penjualan bakso mama daerah Jombang..... 12

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan 34

Tabel 3.1 Definisi Operasional 42

Tabel 3.2 Jumlah skor kuisioner 46

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden..... 53

Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia responden..... 54

Tabel 4.3 Analisis deskriptif berdasarkan kepuasan konsumen..... 55

Tabel 4.4 Analisis deskriptif berdasarkan kualitas produk 67

Tabel 4.5 Analisis deskriptif berdasarkan kualitas pelayanan 75

Tabel 4.6 Analisis deskriptif berdasarkan keragaman produk 84

Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y)..... 90

Tabel 4.8 Hasil uji validitas kualitas produk (X1) 91

Tabel4.9 Hasil uji validitasvariabel kualitas pelayanan (X2) 91

Tabel 4.10 Hasil uji validitas variabel keragaman produk (X3) 92

Tabel 4.11 Hasil uji reabilitas 93

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas 94

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas..... 95

Tabel4.14 Hasil uji heteroskedastisitas……96

Tabel 4.16 Hasil analisis regresi linier berganda 98

Tabel 4.17 Hasil uji T Persial..... 100

Tabel 4.18 hasil uji F simultan..... 103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)..... 104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 2 INPUT DATA..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 3 TABULASI DATA..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 5 HASIL UJI REABILITAS ..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 6 HASIL UJI ASUMSI KLASIK..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS ..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 8 HASIL DOKUMENTASI..... Error! Bookmark not defined.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat, yang berdampak pada persangian usaha yang semakin ketat. Hal ini harus membuat pemilik usaha harus terus berinovasi dan kreatif terhadap perubahan saat ini. Dalam persaingan bisnis saat ini pemilik usaha harus peka terhadap keinginan konsumen entah itu lewat memalui kuliatas produk, defensiasi harga, kualitas pelayanan, atmosfer gedai dan sebagainya.

Pada pola pikir masyarakat Indonesia untuk membeli suatu produk di sebabkan karena suatu kenyamanan dan beragamnya produk yang dibeli. Dari harga, pelayanan kepada konsumen, kualitas produk, suasana tempat dan lokasi yang strategis menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut. Minat beli seorang konsumen menciptakan suatu motivasi tersendiri dan keinginan yang sangat kuat sehingga menyebabkan konsumen tersebut mempunyai rasa kepuasan tersendiri terhadap produk tersebut.

Menururt Kotler dan Keller kepuasan mempunyai artian perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka.[1] Sementara itu pengertian kepuasan konsumenMenurut Kotler dalam sebuah jurnal adalah

[1]Cindy Phasalita Widayatma, "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*", (Jurnal, Untag Semarang, 2018), vol 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antarakesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan harapannya.[2]

Kepuasan terhadap suatu produk tentu akan dialami oleh hampir setiap konsumen tentunya konsumen melihat dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga yang ditawarkan dan dari segi yang lainnya. Dengan banyaknya usaha yang sejenis tentunya menimbulkan persaingan yang sangat ketat dari perusahaan tersebut untuk menarik konsumen sebanyak mungkin, disamping persangian yang ketat dengan usaha yang sejenis tentunya perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanannya dan membuat banyak inovasi sehingga membuat bermacam-macam produk yang ada di perusahaan tersebut.

Menurut Hawkins dan lonney yang dikutip dalam Tjiptono ada berbagai macam yang membuat konsumen merasa puas yaitu 1) konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan, 2) produk tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, 3) karena merasa puas konsumen membeli produk tersebut kembali, 4) konsumen merekomendasikannya ke orang lain.[3] Dapat diketahui bahwa konsumen merasa puas terhadap produk tersebut mempunyai beberapa tahapan yang pertama tentunya konsumen merasa puas terhadap produk tersebut, yang

[2]Bagus Handoko, "Pengaruh promosi, harga dan kuaitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan", (Jurnal, STIE Harapan Medan, 2017), vol 18
[3]Tias Windarti, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu", (Jurnal, FISIP Univesitas Riau, 2017), vol 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedua yaitu produk tersebut mempunyai kinerja dan fungsi sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, kemudian karena merasa puas terhadap produk tersebut maka konsumen akan membeli produk tersebut lagi, lalu konsumen sudah merasakan manfaat dari produk tesebut maka konsumen akan merekondasikan produktersebut ke orang lain.

Persainganyang sangat ketat didunia usaha yang harus membuat pemilik usaha harus berfikir keras untuk mempertahankan usahanya agar konsumen mau bertahan dan mempuyai rasa kepuasan tersendiri terhadap produknya. Maka dari itu pemilik usaha harus berfikir kreatif dan selalu membuat inovasi supaya konsumen tertarik untuk membeli produknya.

Menurut Daryanto dan Setyabudi ada beberapa faktor yang medorong terjadinya kepuasan konsumen diantaranya: 1) kualitas produk, 2) kualitas pelayanan, 3) harga, 4) faktor emosional, 5) biaya dan 6) kemudahan harga.[4]Kepuasan konsumen biasa dipengaruhi oleh kualitas produk yang dia beli, jika produknya bagus dan konsumen sangat puas terhadap produknya maka konsumen akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Menurut Sutisna, salah satu tujuan dari adanya kualitas produk adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk buatannya sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.[5]Barang dengan kualitas yang baik cenderung sangat

[4]Danu Setyo Nugroho, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri", (Jurnal, STIE AUB Surakarta, 2019), vol 6
[5] Rini Kurniawati, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan Murabahah pada bank BRI syariah KCP Ngawi, skripsi 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diminati oleh konsumen karena barang tersebut cenderung awet dan tahan lama untuk digunakan sehingga konsumen senang untuk menggunakannya.

Banyak sekali konsumen yang masih berpatokan pada kualitas barang sebagai indikator kepuasan terhadap barang yang akan dibeli, maka pemilik usaha harus pandai-pandai selalu menjaga mutu dan kualitas produknya agar konsumen merasa puas terhadap produk yang dia beli dan konsumen akan merasa tidak keberatan untuk membeli produknya secara terus-menerus dan tidak akan berpaling dari produk lainnya

Kualitas produk menurut konsumen memiliki arti tersendiri terhadap barang yang akan dibeli. Menurut Eryanto kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang ditetapkan[6]. Maka apabila produk tersebut yang diproduksi oleh produsen yang sesuai dengan standarisasi yang ditetapkan maka produk tersebut akan nilai memiliki kualitas, dengan standarisasi yang ada maka konsumen akan tidak ragu untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang.

Strategi menetapan kualitas produk sangatlah penting bagi pemilik usaha. Yang tersebut akan dapat memetakan segmen pasar mana yang akan dibidik oleh pemilik usaha, seorang konsumen akan membeli produk tersebut sesuai dengan kualitas produknya apabila produknya bagus maka konsumen akan tidak ragu untuk mengeluarkan uangnya untuk membeli produk tersebut

[6]MuhammadIqbal Wahyudi, " Pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian", Skripsi 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kualitas produk akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen hal tesebut sesuai dengan pendapat Murdifin dan mahfud kualitas adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang memenuhi atau melampaui harapan para konsumen[7].

Hal ini sesuai dengan penelitian milik Rossa Lesmana yang berjudul "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Pirianti Nusa" dengan hasil penelitian kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.[8]

Setelah melihat dan mempertimbangkan kualitas produk, maka faktor yang mempengaruhi konsumen akan merasa puas terhadap suatu produk adalah kualitas pelayanan. Dalam sebuah usaha entah itu produksi atau jasa biasanya terdapat kegiatan pelayanan. Dalam bidang pelayanan ini memegang peranan yang penting bagi keberlangsungan sebuah usaha, pelayanan tersendiri akan memberikan persepsi kepada konsumen baik buruknya usaha tersebut dimata konsumen. Konsumen akan merasa merasa puas apabila diberikan pelayanan yang baik, hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk yaitu kualitas pelayanan adalah bentuk

[7]ibid
[8]Rossa Lesmana, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen pada PT. Radekatama Piranti Nusa", (Jurnal pemasaran komperatif, 2019), vol 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

layanan yang diberikan kepada konsumen yang dikategorikan kedalam harapan dan kenyataan atas layanan yang diberikan.[9]

Pelayanan merupakan kegiatan penghubung antara pemilik usaha dengan konsumen yang dia tuju, jadi kualitas pelayanan memberikan dampak yang begitu besar terhadap keberlangsungan sebuah usaha. Pemilik badan usaha harus memperhatikan betul-betul terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumennya supaya konsumen dapat menaruh kepercayaan kepadanya dan konsumen tidak akan ragu untuk datang lagi.

Menurut parasuraman kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi antaranya 1) bukti langsung, 2) kehandalan, 3) daya tanggap, 4) jaminan, 5) empati.[10] Pada tahap ini memberikan bukti secara langsung kepada konsumen terhadap pelayanan yang memuaskan kepada konsumen merupakan yang penting karena konsumen dapat langsung merasakannya meskipun konsumen baru pertama kali datang ketempat tersebut, pada tahap selanjutnya adalah kehandalan terhadap karayawan yang langsung berhadapan langsung dengan pelanggan sangat diperlukan karena karyawan tersebut harus menyesuaikan denga karakteristik konsumen yang akan dia hadapi, fase selanjutnya adalah daya tanggap pemilik usaha serta *custumer service* dibutuhkan dalam hal ini kepekaan kepada pelanggan sangatlah penting bagi konsumen karena merasa dirinya diberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan,

---

[9] Mailani Ulfa, Ririmayliza, "Pengaruh pelayanan dan kepuasaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PDAM kota Padang", (Jurnal, STIE KBP, 2019)

[10]Mohd. Farid," Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasaan pelanggan (studi kasus pada perusahaan JNE cabang Padang)", (Jurnal, STIE "KBP", 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selanjutnyaadalah jaminan kepada konsumen sangat diperlukan disini karena konsumen akan merasa dirinya aman dan nyaman setelah melakukan transaksi, rasa empati diperlukan disini karena konsumen merasa dirinya ada yang memperhatikannya dan mempedulikannya.

Pelayanan pada hakekatnya akan memberikan persepsi tersendiri tentang prusahaan tersebut, perusahaan harus memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumennya agar konsumen merasa puas saat berkunjung ke tempat tersebut. Pelayanan yang berkualitas dapat dimulai dari cara berkomunikasi dengan baik, berpakaian rapi, dan juga berperilaku dengan baik. Hal tersebut bisa dilakukan kepada konsumen konsumen menjadi loyal kepada perusahaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Tjiptono bahwa kualitas pelayanan adalah baik atau buruknya suatu sikap pelayanan yang diberikan kepada produsen kepada konsumen.[11]

Hal ini sesuai dengan penelitian milik Danu Setyo Nugroho "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri" dengan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak yang dominan terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri.[12]

Setelah mempertimbangkan faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai indikator kepuasan konsumen maka faktor lain yang

[11]Aditya Tito Ardana, "Peran *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap konsumen cafe 03.PM Kediri)", (Artikel, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018), vol 2
[12]Danu Setyo Nugroho, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri", (Jurnal, STIE AUB Surakarta, 2019), vol 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan sebagai indikator kepuasan konsumen adalah keragaman produk. Menurut Kotler keragaman produk adalah kumpulan keselurahan produk dan barang yang tawarkan penjual kepadapembeli.[13] Sebelum menuju ketempat yang dituju oleh konsumen untuk membeli suatu produk maka konsumen akan mempertimbangkan macam-macam produk yang dijual oleh perusahaan, terkadang dengan banyaknya produk yang dijual oleh produsen konsumen merasa kebingungan untuk mempertimbangkan dan memilih produk mana yang akan dibeli. Namun disisi lain keragaman produk memberikan dampak yang postif kepada perusahaan hal tersebut sesuai dengan pendapat Utami bahwa keragaman produk merupakan banyaknya item pilihan dalam masing-masing ketegori, perusahaan dengan keragaman produk yang luas dapat dikatakan mempunyai keragaman yang baik.[14]

Keberagaman produk pada sebuah perusahaan dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang memiliki keberagaman produk akan sangat mendorong banya konsumen yang akan membeli, karena keragaman produk sendiri dapat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu perusahaan harus memberikan variasi atau varian terhadap produk yang akan dijual, keberagaman produk juga mendorong kepuasan konsumen kepada perusahaan tersebut, hal tersebut disebabkan karena konsumen saat membeli produk

[13]Aloysius Rangga, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhdap loyalitas pelanggan", (Jurnal, STIE AUB Surakarta, 2019), vol 4
[14]Hendro Yuwono, "Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada toko king Malang", (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2017), Vol. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut selalu membanding-bandingkan anatara produk satu dengan produk yang lain. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Utami yang berpendapat bahwa keragaman produk adalah keragaman berbagai macam variasi menu yang disediakan oleh produsen untuk konsumen.[15]

Hal tersebut sesuai dengan penelitian milik Farikh Masruri dkk "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen" dengan hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan memberikan pengaruh secara simultan bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.[16]

Setelah mempertimbangkan beberapa faktor diatas maka konsumen akan merasa puas terhadap suatu perusahaan, jika perusahaan tesebut bisa memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang harapkan oleh konsumen maka dari itu perusahaan harus sangat memperhatikan faktor-faktor apa saja yang bisa membuat konsumen merasa puas terhadap perusahaannya entah itu dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk.

Akhir-akhir ini bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang cukup menjanjikan. Hal itu disebabkan oleh pola hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif, hal tersebut dimanfaatkan oleh banyak orang untuk membuka usaha kuliner. Salah satu usaha kuliner yang sangat digemari oleh masyarakat

---

[15]Aditya Tito Ardana, "Peran *store atmosphere* kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen cafe 03.pm Kediri", (Artikel, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018)
[16]Farikh Masruri dkk, "Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen", (Jurnal, Universitas Maarif Hasyim Latif, 2019), vol 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia adalah kuliner bakso. Bakso merupakan salah satu makanan ringan yang peminatnya cukup tinggi dan nyaris tidak pernah sepi peminat. Meskipun terlihat makanan sederhana bakso merupakan salah satu jenis makanan yang banyak dikonsumsi hal tersebut dibuktikan pada saat kita berkunjung ke suatu tempat pasti tempat tersebut ada yang jualan bakso.

Jombang merupakan kota yang dikenal dengtan sebutan kota santri, namun dibalik itu kota Jombang juga dikenal dengan kulinernya yang khas. Salah satu kuliner tersebut adalah bako mama. Bakso mama merupakan salah satu gedai bakso yang sangat terkenal di Jombang, bakso mama sendiri memiliki arti olahan bakso masakan mama.[17]Di kota Jombang sendiri terdapat banyak sekali dijumpai gedai bakso seperti bakso Solo soni jos, bakso opo jare, bakso planet dan sebagainya. Namun meskipun banyaknya pesaing yang usaha sejenis bakso mama tetap saja tidak pernah sepi mengunjung hal tersebut di buktikan dengan jumlah porsi yang dijual perbulannya:

[17]Wawancara bapak Suyanto (pemilik gedai bakso mama)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1
Penjualan bakso daerah Jombang

Nama gedai	Rata-rata jumlah porsi yang dijual perhari
Bakso mama pusat	1000 porsi perhari
Bakso Solo soni jos	500 porsi perhari
Bakso opo jare	700 porsi perhari
Bakso planet	400 porsi perhari

Sumber : wawancara pemilik atau karyawan di kota Jombang

Dari tabel 1.l diatas dapat menunjukkan bahwa hasil rata- rata penjualan bakso yang ada di Jombang. Tabel tersebut menjelaskan bahwa gedai bakso mama paling menguasai pasar haltersebut ditunjukkan hasil rata-rata hasil penjualannya 1000 porsi disetiap harinya, diikuti oleh bakso opo jare dengan hasil penjualan rata-rata 700 porsi perhari, kemudian bakso planet dengan hasil penjualan rata-rata 500 porsi perhari dan bakso solo dengan hasil penjualan rata-rata 400 porsi perhari soni jos. Meskipun banyaknya pedangang bakso yang ada namun bakso mama masih banyak digemari oleh konsumen.

Tabel diatas sudah menjelaskan bahwa bakso mama sudah menguasai pasar bakso yang ada di kota Jombang. Hal tersebut tidak membuat bapak suyanto (pemilik gedai bakso mama) merasa puas, bapak Suyanto kemudian membuka cabang dari bakso mama di kota Jombang sendiri, bakso mama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri sudah mempunyai cabang 3 yang terletak di kota Jombang, namun dengan adanya cabang yang dibuat tentunya akan sangat membantu konsumen untuk menjaukaunya namun di cabang yang dibuat oleh bakso mama penjualannya biasa- biasa saja hal tersebut dapat dijelaskan dengan tabel berikut:

Tabel 1.2
Penjualan bakso mama daerah Jombang

Nama cabang bakso mama	Rata-rata jumlah porsi yang dijual perhari
Bakso mama Pusat	1000 porsi perhari
Bakso mama Klenteng	700 porsi perhari
Bakso mama Parimono	450 porsi perhari
Bakso mama Gudo	400 porsi perhari

Sumber : wawancara pemilik bakso atau karyawan bakso mama

Hasil tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa hasil penjualan di bakso mama pusat masih ramai dikunjungi oleh konsumen, di ikuti oleh oleh bakso mama Klenteng kemudian bakso mama Gudo dan kemudian bakso mama Parimono. Haltersebut mungkin disebabkan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk atau mungkin keberagaman produk yang didawarkan di cabang yang buat oleh cabang bakso mama kurang lengkap ketimbang dipusatnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan dengan hasil pembahasan dan analisis diatas, mengingat adanya faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap kepuasan konsumen, maka penulis mengambil judul penelitian tentang "Pengaruh kualitas produk, kualitasa pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama di Denanyar Jombang"

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang kami paparkan diatas kami menemukan berbagi rumusan masalah berikut ini:

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang?
2. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah kami tentukan diatas, terdapat beberbagai tujuan penelitian yang kami tentukan yaitu?

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dikaji secara praktis dan teoritis sehubungan dengan pelaksanaan penelitian ini :

1. Secara praktis

   Hasil dari penelitian ini diharap dapat sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan khususnya di bakso mama. Dengan harapan dapat membawa pemilik dan karyawan bakso mama kearah yang lebih baik.

2. Secara teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi referensi dipenelitian selanjutnya khususnya tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Konsumen

2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Kotler dan Keller dalam adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka.[18] Sementara itu pengertian kepuasan konsumen menurut Umar adalah tingkat perasaan kecewa konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dengan yang diharapkan oleh konsumen.[19]Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen mempunyai pengertian situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan.[20]

2.2 Faktor-faktor yang memepengaruhi kepuasan konsumen

[18]Cindy Phasalita Widayatma, "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*", (Jurnal, UNTAG Semarang, 2018) , vol 7

[19]Felinda Frika Astuti dkk, "Pengaruh variasi menu dan citra rasa, persepsi harga, kebersihan terhadap kepuasan kosumen pada rumah makan duta minang, (Jurnal, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 2019), vol 3

[20]Dwi Aliyyah Apriyani, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", (Jurnal, Universitas Brawijaya, 2017), vol 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Priansa ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:[21]

a) Produk

Produk yang baik adalah produk yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka dari itu perusahaan harus memperhatikan setiap produk yang akan dijual kepada konsumen sehingga dengan adanya produk yang sesuai harapan konsumen maka konsumen secara tidak langsung akan merasa puas terhadap produk tersebut.

b) Harga

Harga adalah satu komponen yang sangat melekat pada suatu produk, harga juga biasa mencerminkan kualitas produk bagus atau tidak produk tersebut. Biasanya produk yang mempunyai kualitas yang bagus mempunyai harga yang cukup tinggi, sehingga konsumen harus mengeluarkan uang yang berlebih untuk produk tersebut, namun disisi lain perusahaan harus mempunyai produk berbagai jenis dengan kualitas yang berbeda yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju.

c) Promosi

Promosi adalah potongan harga atau pemberian hadiah pada saat kita membeli suatu produk. Dengan adanya promosi biasanya sangat membantu perusahaan untuk menjual produknya supaya dengan mudah diketahui oleh konsumen dan perusahaan lebih dekat kepada konsumen, namun dengan

[21] Echa febri dkk, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di bakso mama 1 Jombang" (Jurnal, UNHASY, 2019), vol 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adanya promosi juga sangat bermanfaat bagi konsumen dari sisi penghematan pengeluaran dan juga memberikan kenyaman kepada konsumen.

d) Lokasi

Lokasi merupakan salah satu aspek yang menentukan kepuasan konsumen, dengan adanya lokasi yang strategis perusahaan dapat peluang lebih luas untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak oleh karena itu perusahaan harus membuat usahanya berlokasi yang strategis selain mudah dijangkau konsumen, konsumen juga merasa nyaman saat berada diperusahaan tersebut karena mudah dijangkau.

e) Pelayanan karyawan

Pelayanan adalah salah satu hal yang sangat vital dari perusahaan, karena sebuah perusahaan dapat dinilai dari sebuah pelayanannya kepada konsumen, apabila pelayanannya bagus maka konsumen akan menyimpulkan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bagus begitupun sebaliknya. Dalam hal pelayanan perusahaan harus memperhatikan dari segi kesopanan, keramahan, kecepatan, ketanggapan, kesabaran dan lain sebagainya.

f) Fasilitas

Fasilitas merupakan sebuah atribut perusahaan yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen, semakin lengkap fasilitas yang diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan maka semakin puas konsumen berada di perusahaan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung dari lingkungan perusahaan, karena dengan adanya suasana yang nyaman dan disukai oleh konsumen maka konsumen tidak akan ragu untuk menuggu terlalu lama atau mengahabiskan waktunya ditempat tersebut.

2.3 Indikator kepuasan konsumen

Menurut Rondonuwu dan Komalig ada beberapa indikator yang melekat pada kepuasan konsumen yaitu:[22]

a. Terpenuhinya harapan konsumen

Konsumen akan merasa senang dan nyaman pada saat harapan atau ekspeitasinya bisa dipenuhi oleh perusahaan tersebut, maka tidak heran jika konsumen mempunyai kepuasan tersendiri kepada perusahaan tersebut.

b. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk

Jika konsumen tersebut merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka konsumen secara tidak langsung akan merasa dirinya memiliki rasa ingin mempunyai atau memiliki barang tersebut.

c. Merekomendasikan kepada pihak lain

Pada saat konsumen merasa puas kepada produk tersebut maka secara tidak langsung akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain,

[22]Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan konsumen *Best Autoworks*", (Jurnal, Universitas Ciputra Surabaya, 2017), vol 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan tujuan supaya orang lain merasakan apa yang dirasakan oleh saya rasakan.

d. Kualitas pelayanan

Selain perusahaan mempunyai kualitas produk yang bagus, perusahaan juga harus mempunyai kualitas pelayanan kepada konsumen yang bagus pula karena pandangan konsumen menilai perusahaan itu biasanya dari segi kualitas pelayanannya, dikarenakan konsumen menilai suatu perusahaan tersebut dari cara memberikan pelayanan kepada konsumen dan cara perusahaan memperlakukan konsumennya tersebut bisa menjadi tolak ukur baik buruknya perusahaan tersebut.

e. Loyal

Kalau konsumen merasa dirinya mempuas rasa kepuasan dari perusahaan tersebut entah itu dari produknya, pelayanannya atau dari segi yang lainnya, maka konsumen tidak akan ragu untuk melakukan transaksi terus menerus dan akan menjadi loyal kepada perusahaan tersebut.

f. Repusati yang baik

Jika perusahaan mempunyai reputasi yang baik hingga sering dibicarakan oleh konsumen, maka perusahaan tersebut dapat mudah untuk memperluas pasarnya.

g. Lokasi

Lokasi yang strategis adalah satu pertimbangan perusahaan untukmembangun sebuah usaha yang sesuai dengan segmen pasar yang dia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tuju sehingga konsumen dengan mudah dapat menjangkau perusahaan tersebut.

2. Kualitas Produk

2.1 Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah suatu barang yang dijual belikan berbentuk fisik yang memiliki manfaat bagi penggunanya. Sedangakan menurut Kotler dan Amstrong produk sendiri memiliki arti sesuatu yang dapat ditawarkan dalam pasar untuk diperhatikan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.[23]

Kualitas produk dapat menunjukkan kekurangan dan kelemahan suatu produk. Dengan adanya kualitas produk maka dapat menentukan harga jual suatu produk tersebut, apabila yang yang dijual memiliki kualitas yang bagus maka harga jual dari produk tersebut akan cenderung mahal begitu juga sebaliknya barang yang memiliki kualitas yang kurang bagus maka harga jualnya sedikit lebih murah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler and Armstrong yaitu kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.[24]

Dalam arti sempit, kualitas produk memiliki arti daya tahan, mutu, tingkat baik buruknya, taraf terhadap suatu produk. Sedangkan dalam arti

---

[23]Hendro Yuwono, "Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasaan konsumen pada toko king di Malang", (Jurnal, Universitas 17 Agustus Surabaya, 2017), vol 2

[24] Muhammad Syairozi, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di LKMS hubbul wathon sumowono Semarang", (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016), 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

luas kualitas produk memiliki arti kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya seperti daya tahan keandalan, ketepatan dalam beroperasi, serta memiliki kemudahan dalam hal beroperasi dan memperbaikinya. Sedangkan menurut pendapat Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen.[25] Maka kualitas produk yang baik yang sesuai dengan keingginan konsumen dapat dengan mudah menarik banyak konsumen, sedangkan menurut pendapat Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki arti suatu kondisi dinamis yang mana berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melibihi yang diharapkan oleh konsumen.[26]

2.2 Faktor- faktor yang memepengaruhi kualitas produk

Menurut Assauri kualitas produk memeliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu:[27]

a. *Market* (pasar)

Pada saat perusahaan terus menerus memperbaiki kesalahannya dalam memperbaiki kualitas produk yang ia jual, maka secara tidak langsung perusahaan tersebut juga akan memperluas pasarnya hingga bertaraf

[25]Danu Setyo Nugroho, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dibakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri", (Jurnal, STIE AUB Surakarta, 2019),Vol 9
[26]Ervi Wihda Iratati, "Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk pixy lip cream", (Skripsi, UINSA Surabaya, 2019), hal 21
[27]Hadaita Rahmah, "Pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sophie martin (studi kasus mahasiswi di kota Surabaya)", (Skripsi, UIN Surabaya, 2019), hal 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internasional. Dengan produk yang mempunyai kualitas tinggi maka produk tersebut akan menyesuaikan dengan segmen pasar mana yang cocok untuk produk tersebut.

b. *Money* (uang)

Dengan bertambah jumlah usaha pesaing yang sejenis membuat laba perusahaan menurun, dengan waktu yang bersamaan membuat perusahaan harus merencakan strategi apa yang cocok untuk menghadapi masalah ini. Disisi lain manajer dibidang kualitas produk harus berfikir keras supaya produknya tidak kalah saing dengan produk lainnya, oleh karena perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dengan cara menghemat biaya operasionalnya supaya bisa memperbaiki laba perusahaan.

c. *Managemant* (manajemen)

Tanggung jawab dalam mengelola sebuah perusahaan dibagi menjadi beberapa kelompok yang berperan dalam perusahaan tersebut. Ada yang sebagai manajemen operasional, manajemen perencanaan,manajemen produksi dan lain sebagainya. Dalam adanya berbagai macam fungsi manajemen yang ada dalam perusahaan tesebut, manajemen tersebut harus saling bekerja sama guna untuk menciptakan produk yang mempunyai kualitas tinggi supaya bisa diterima oleh konsumen dan tidak kalah saing dengan produk yang lain.

d. *Man* (manusia)

Dengan pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya meningkat maka secara otomatis angka permintaan terhadap suatu produk akan meningkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pula. Dengan demikian perusahaan bisa memanfaatkan hal tersebut supaya bisa memperbanyak jumlah produknya dan memperluas pasarnya, namun disisi lain perusahaan harus tetap menjaga kualitas produknya supaya produk dari perusahaan tersebut tidak dipandang sebelah mata oleh konsumen.

e. *Motivation* (Motivasi)

Dalam sebuah penelitian memberikan motivasi pada saat bekerja dapat berupa upah tambahan ataupun hanya sekedar pujian dari atasan perusahaan secara tidak langsung dapat memberikan semangat kerja bagi karyawan, hal tersebut bisa saja terjadi karena karyawan merasa dirinya dihargai atau dihormati saat dia bekerja dan dapat menjadi motivasi dan suasana kesenangan tersendiri saat bekerja. Hal tersbut juga akan akan berdampak pada perusahaan sehingga secara tidak langsung perusahaan akan juga dapat dampak positifnya seperti kualitas produk barang makin bagus, loyalitas karyawan dan sebagainya.

f. *Material* (Bahan)

Untuk meminimalisir membekakan biaya perusahaan harus selektif mungkin dalam memilih bahan baku yang akan diproduksinya, namun perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas barang yang akan dijual kepada konsumennya.

g. *Marchine and Mecanizatiion* (Mesin dan Mekanik)

Dengan jumlah permintaan yang terus meningkat perusahaan harus bisa merawat mesin produksinya supaya tidak cepat rusak, namun perusahaan harus tetap memenuhi kebutuhan konsumennya. Barang yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai kualitas tinggi biasanya membutuhkan proses produksi yang cukup rumit sehingga membutuhkan waktu yang lama dan mesin yang lebih modern, untuk mengatasi hal tersebut dibutuhkan tenaga ahli dibidangnya seperti operator mesi produksi dan mekanik untuk merawat mesin produksi secara rutin.

h. *Modern Information metode* (metode informasi modern)

Dengan perkembangannya teknologi yang semakin modern membuat kinerja perusahaan sedikit ringan, karena dengan hal tersebut perusahaan dapat dengan mudah untuk mencari informasi, menyimpan data perusahaan, mengumpulkan data perusahaan dengan jumlah yang tidak bisa dibayangkan. Dengan adannya kemajuan teknologi dapat lebih perusahaan dalam memproduksi barangnya hingga dengan mudah juga bisa sampai ditanggan konsumen.

2.3 Dimensi kualitas produk

Berdasarkan jurnal Ratnasari dan Aksa berpendapat bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi kualitas produk yaitu:[28]

a. kinerja

Berdasarkan karakter produk atau merek dari produk tersebut dan pandangan atau penilaian umum pada produk tersebut yang dilakukan oleh konsumen.

b. Keistimewaan Tambahan

[28]Dudun Sanuri, "Pengaruh kualitas produk, harga, word of mouth dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada bakso dan mie ayam cak Jay Surabaya", (Jurnal, Universitas Katolik Darma Cendikiawan, 2018), vol 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Atribut tambahan dari produk yang dijual biasanya dapat menjadi nilai tambah terhadap produk tersebut.

c. Keandalan

Produk tersebut dapat berfungsi dengan baik tanpa ada kegagalan atau cacat (tidak berfungsi).

d. Kesesuaian

Produk tersebut dapat menyesuaikan dengan segmen pasar yang ditujuoleh perusahaan tersebut.

e. Daya tahan

Produk tersebut dapat bertahan berapa lama biasanya daya tahan berkaitan dengan usia produk itu sendiri.

f. Kemampuan pelayanan

Berkaitan dengan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi barang tersebut dan kemudahan dalam memperbaiki barang.

g. Estetika

Nilai estetika suatu produk dapat diketahui dengan cara produk tersebut sering didengar oleh konsumen, bentuk produk yang dapat dilihat dari luar, rasanya, aromanya dan penilaian lainnya yang dapat dilakukan dengan menggunakan panca indra.

h. Kualitas yang dipresepsikan

Konsumen tidak secara langsung mempunyai informasi tentang hal ini, biasanya konsumen dapat informasi tersebut dari mulut ke mulut, atau dari orang yang pernah membeli produk tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.4 Hubugan kualitas produk dengan kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa kualitas produk mempunyai artian karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.[29] Sehingga kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen akan membentuk kepuasan tersendiri terhadap konsumen yang baru pertama kali membeli produk diperusahaan tersebut, maka dari itu perusahaan harus memberikan produk terbaiknya kepada konsumen supaya konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk tersebut.

3. Kualitas Pelayanan

3.1 Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginannya atau kebutuhannya. Sedangkan pengertian pelayanan menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson perpendapat bahwa pelayanan adalah perilaku atau sikap penjual kepada pembeli untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya yang telah diharapkan oleh pelanggan.[30]

---

[29]Freekley Steyfli Maramis, "Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AIR Manado", (Jurnal, EMBA, 2018), vol 6

[30]Reza Ryandi, "Analisis pengaruh kesadaran merek, kergaman menu, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di pizza hut DP mall Semarang", (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2016), hal 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Kotler dalam sebuah jurnal kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen kepada perusahaan terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.[31]

3.2 Indikator kualiatas pelayanan

Menurut Lumpiayoadi untuk mengetahui baik buruknya suatu layanan di perusahaan, ada beberapa indikator yang harus dijalani, diantaranya:

a. Bukti fisik

Kemampuan perusahaan memberikan sarana yang ada dilingkungan perusahaan seperti adanya fasilitas tempat parkir yang aman, peralatan dan perlengakapan yang bisa dimanfaatkan oleh pelanggan.

b. Ketanggapan

Perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan oleh konsumen seperti kecepatan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen kepada produk yang dia pesan.

c. Keandalan

Perusahaan harus benar-benar menguasai tentang bidang yang akan diberikan kepada konsumen supaya konsumen tidak merasa ragu dan kecewa terhadap perusahaan tersebut.

[31]Tuti Komariah, "pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasaan pelanggan (Studi kasus pada koperasi bangun sejahtera ditjen kuathan kemhan RI Jakarta Pusat), (Jurnal, Universitas Respati Indonesia, 2016), vol 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Jaminan

Etika dalam penyampaian dan kemampuan para pegawai untuk menyakinkan konsumen supaya tumbuh rasa percaya kepada perusahaan tersebut.

e. Empati

Perusahaan harus mampu memberikan perhatian lebih dan memehami kebutuhan konsumen agar konsumen merasa dirinya nyaman pada saat diperusahaan tersebut.

3.3 Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Menurut J. Paul Peter dan jerry C. Oleso berpendapat bahwa pelayanan memiliki arti sikap penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, supaya konsumen merasa di hargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keingginannya.[32]

Dalam perkembanggannya kualitas pelayanan yang bagus dapat memberikan dampak yang sangat positif kepada perusahaan. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya supaya konsumen juga merasa puas terhadap produk yang ditawarkan dan juga pelayanan perusahaan yang diberikan, apabila konsumen merasa terpuaskan maka konsumen akan tidak segan-segan untuk terus-menerus melakukan transaksi di perusahaan tersebut.

[32]Reza Ryandi Aditya, "Analisis pengaruh kesadaran merek, keragaman menu, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk membeli *pizza hut* DP Mall Semarang", (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2017), hal 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Keragaman produk

4.2 Pengertian keragaman produk

Menurut wikipedia keragaman memiliki pengertian suatu kondisi dalam masyarakat yang terdapat perbedaan dalam berbagai bidang.[33] Sedangkan pengertian produk menurut Kotler adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk memuasakan kebutuhan dan kenginan atau kebutuhan.[34] Produk selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman supaya dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Sedangkan pengertian keragaman produk menurut Kotrel adalah kumpulan keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.[35]dengan adanya beragam produk yang dijual diperusahaan tersebut maka dapat menarik pelanggan yang lebih banyak.

Keragaman produk juga dapat menarik jumlah pelanggan yang banyak, perusahaan yang dapat menjual produknya yang beragam dapat mempengaruhi minat beli konsumen yang tinggi, hal itu disebabkan karena pelanggan ingin membeli bermacam-macam produk disatu tempat supaya tidak dapat mengefesiensi waktu dan tenaga, oleh karena itu perusahaan harus memberikan bermacam-macam produk yang ia jual agar pelanggan tetap membeli produknya

.

[33]www.pengertiankeragaman.wikipedia.co

[34]Sri Wilujeng, "Pengaruh kergaman prouk terhadap kepuasan pelanggan pada toko modern Indomart kecamatan Sukun kota Malang",(Jurnal, 2016), vol 11

[35]Rida Andriyana, "Pengaruh keragaman produk, atmosfer toko dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Trimitra mart Kediri",(Arkitel, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017), vol 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.3 Indikatorkeragaman produk

Menurut Benson dalam sebuah jurnal, keragaman produk mempunyaiberbagai macam indikator diantaranya.[36]

a. Ukuran produk yang beragam

Dengan adanya berbagai macam ukuran produk yang beragam, maka konsumen bisa dengan leluasa untuk memilih ukuran produk yang sesuai dengan yang diharapkan.

b. Jenis produk yang beragam

Jenis produk yang diproduksi oleh perusahaan, dapat membuat perusahaan menjual produknya sesuai dengan segmen pasarnya yang dituju.

c. Bahan produk yang beragam

Bahan yang dibuat oleh perusahaan tentunya harus sesuai dengan standar perusahaan tersebut yang sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan oleh perusahaan.

d. Desain produk yang beragam

Perusahaan tentunya harus memproduksi produknya semenarik mungkin, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

e. Kualitas produk yang beragam

Beragamnya kualitas produk dapat menguntungkan dua belah pihak dari perusahaan dan dari konsumen, dari segi konsumen dapat membeli produk yang sesaui dengan kualitas produk yang dia inginkan namun, dari

[36]Siti Humairoh, "Pengaruh lokasi, keragaman produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PM *collection* Pekanbaru", (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019), hal 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segi perusahaan dapat membuat produk yang dengan berbagai macam produk tentunya sesuai dengan segmen pasarnya.

4.4 keragaman produk dengan kepuasan konsumen

Menurut Philip Kotler, keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan untuk konsumennya. Sedangkan menurut James F. Engels berpendapat bahwa keragaman produk yaitu kelengakapan produk yang menyangkut pada kedalaman produk dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan disetiap segmen pasarnya.[37]

Dapat disimpulkan bahwa keragaman produk daan kepuasan konsumen dapat mempunyai hubungan yang erat karena konsumen akan lebih tertarik terhadap keragaman dan variasi produk yang dijual secara lengkap diperusahaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa keragaman produk sangat berhubungan dengan perilaku konsumen itu sendiri. Bahkan tidak sedikit konsumen yang akan mengurungkan niat belinya karena produk yang dicari diperusahaan tersebut tidak tersedia, sebaliknya ketika produk yang dicari diperusahaan tersebut tersedia maka konsumen akan mempunyai tingkat kepuasan terhadap perusahaan tersebut.

[37]Reza Ryandi Aditya, "Analisis pengaruh kesadaran merek, keragaman menu, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk membeli *pizza hut* DP Mall Semarang", (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2017), hal 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa jenis penelitian terdahulu yang mendukung proposal skripsi ini yang dibuat penulis mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen, antara lain:

1. Felinda Frika Astuti dkk, dengan judul penelitian "Pengaruh variasi menu dan citra rasa, persepsi harga, kebersihan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan duta Minang Jl. Brigjen Katamso" dengan hasil penelitian bahwa variasi menu dan citra rasa memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen dan juga variabel harga dan kebersihan juga memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.[38]
2. Juwita Puspa Sari, dengan judul penelitian "Analisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada waroeng spesial sambal "SS" cabang Gonilan), dengan hasil penelitian adanya pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di waroeng spesial sambal "SS" cabang Gonilan.[39]
3. Eka Giovana Asti, dengan judul penelitian "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen" dengan hasil penelitian kualitas pelayanan dan harga mempunyai

[38]Felinda Frika Astuti dkk, "Pengaruh variasi menu, persepsi harga, kebersihan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan duta Minang Jl. Brigjen Katamso", (Jurnal, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 2019), vol 3

[39] Juwita Puspa Sari, "Analisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada waroeng spesial sambal "SS" cabang Gonilan), (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengaruh yang positif san signifikan terhadap kepuasan konsumen sementara itu kuliatas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.[40]

4. Maria Kristiana, dengan judul penelitiann "Pengaruh *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen *cafe heerlijk gelato* perpustakaan bank Indonesia Surabaya" dengan hasil penelitian secara simultan *store atmosphere* dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *cafe heerlijk gelato* perpustakaan bank Indonesia Surabaya dengan cukup signifikan.[41]
5. Bagus Handoko, dengan judul penelitian "Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan" dengan hasil penelitian adanya pengaruh yang signifikan antara promosi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.[42]

---

[40]Eka Giovana Asti, "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen", (Jurnal, Universitas Pelita Bangsa, 2020), vol 1

[41]Maria Kristiana, "Pengaruh *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen *cafe heerlijk gelato* perpustakaan bank Indonesia Surabaya", (Jurnal, Universitas Negeri Surabaya, 2017), vol 1

[42]Bagus Handoko, "Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pasa titipan kilat JNE Medan", (Jurnal, STIE Harapan Medan, 2017), vol 18

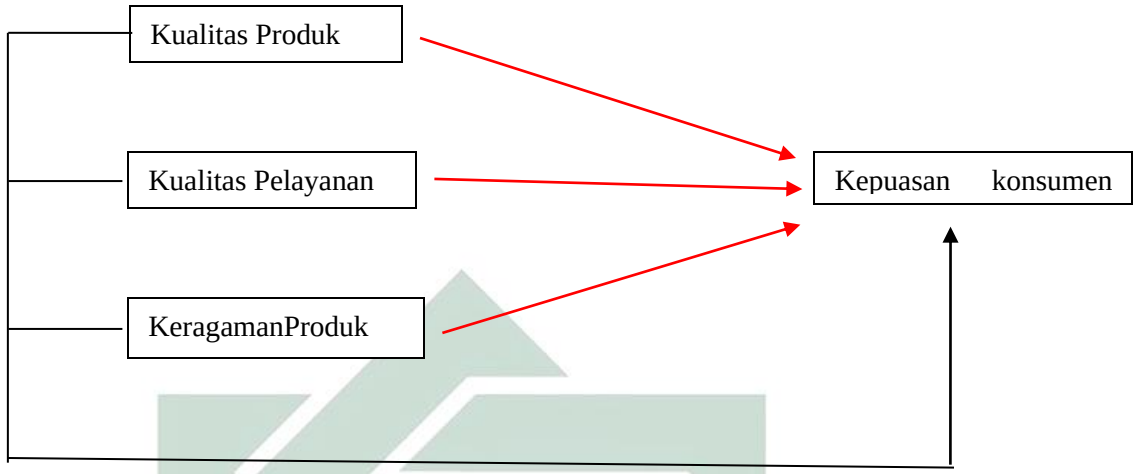
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu yang relevan

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaaan
1	Cynthia Violita Wijaya, 2017	Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen depot Madiun masakan khas bu Rudy	Variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang secara simultan terhadap kepuasan konsumen, sementara itu variabel harga mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen	a) Objek penelitian b) Menggunakan variabel bebas lain yaitu harga c) Menggunakan metode penelitian *convenience sampling*
2	Dwi Aliyyah Apriyani, 2017	Pengaruhkualitas pelayananterhadap kepuasankonsumen (survei pada konsumen *the little a coffee shop* Sidoarjo)	Secara persial variabel-variabel tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen	a) Objek penelitian b) Menggunakan metode penelitian *explanatory research* c) Responden penelitian konsumen *The little a coffee shop* Sidoarjo
3	Ani Muslikah, 2017	Pengaruh kualitas pelayanan dan kebijakan harga terhadap kepuasan konsumen PT. HLS Yamaha Music di Pejaten village mall Jakarta Selatan	Adanya pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pada kepuasan pelayanan, namun tidak adanya pengaruh positif terhadap kebijakan harga pada kepuasan konsumen	a) Objek penelitian b) Menggunakan variabel bebas lain yaitu kebijakan harga c) Menggunakan metode penelitian regresi linier berganda
4	Danu SetyoNugroho, 2019	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri	a) Objek penelitian b) Menggunakan variabel bebas lain yaitu variabel harga c) Responden konsumen bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri
5	Dika Lambang Krisdiamti, 2019	Pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut Malang town square	Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara signifikanterhadap kepuasan konsumen	a) Objek penelitian b) Menggunakan metode penelitian *explanatory reserch* c) Responden penelitan konsumen restoran pizza hut Malang town square

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual



Keterangan :

: Pengaruh secara persial

: Pengaruh secara simultan

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki tiga variabel bebas yaitu (kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk) dan memiliki satu variabel terikat yaitu (kepuasan konsumen). Kerangaka konseptual bertujuan untuk mengarahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian.

Pengaruh secara persial yaitu:

a. Pengaruh kualitas penelitian terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.
b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

Berdasarkan pengaruh secara simultan dimana kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragman produk mempengaruhi kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H1: kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasankonsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

$H0_1$:kualitas produk tidak perngaruh secara persial terhadap kepuasankonsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

H2: kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasankonsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

$H0_2$: kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasankonsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

H3: keragaman produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

$H0_3$: keragaman produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H4: kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

$H0_4$: kualitas produk, kualitas konsumen dan keragaman produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang terstruktur dan secara sistematis yang data penelitiannya berupa angka-angka dan untuk menganalisis datanya menggunakan statistik.[43]

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dengan menggunakan metode survei peniliti dapat memperoleh data secara terperinci karena pertanyaan dapat dilakukan secara jelas dan peneliti dapat mengontrol pertanyaan yang diberikan kepada responden sehingga jawaban dapat dihasilkan secara jelas.[44]

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk) dan menggunakan satu variabel terikat (kepuasan konsumen) dan melakukan pengujian hipotesis.

B. Waktu danTempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di gedai bakso mama pusat yang beralamatkan di Jl. Panglima Sudirman No. 161, Jombang, Denanyar, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419 dan waktu penelitian antara bulan Juni sampai Juli 2020. Dikarenakan pada saat

[43]Jaka Atmeja, "Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pelanggan Bank BJB", hal 7
[44]Freddy Rangkuti, Riset Pemasaran, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengambilan data penelitian terjadi pandemi covid-19 maka pengambilan data penelitian dilakukan secara online via google form.

C. Populasi dan Sempel penelitian

Menurut Sugiyono dalam sebuah jurnal populasi merupakan sebauh wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[45]

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah para pelanggan bakso mama pusat yang terletak di Denanyar Jombang dan jumlah pelanggannya tidak dapat diketahui, karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui jumlahnya maka penelitian ini menggunkan jumlah penelitian yang tidak terbatas jumlahnya.

Sementara itu sempel merupakan jumlah karakteristikyang digunakan oleh populasi.[46]Dengan jumlah populasi yang terlalu banyak jumlahnya, maka peneliti memiliki hambatan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana. Maka dari itu peneliti tidak harus mempelajari jumlah seluruh populasi, dan cukup mempelajarinya sebagian populasinya saja yang dijadikan sempel penelitian.

[45]Sugiyono, Metode penelitian manajemen, 4 ed (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), hal 148
[46]Sugiono, Metode penlitian kuantitatif R&D (Bandung: Alfabeta, t.t.), hal 149

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan rumus untuk menentukan jumlah sempelyang akan dijadikan populasi penelitian, peneliti menggunakan rumus dari lemeshow.[47]

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2^{x^p}(1-p)}}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1.96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0.10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2^{x^p}(1-p)}}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 . 0.5\ (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416\ (0.5)}{0.01}$$

$n =$ 96,04 = 96

Dari penjelasan rumus diatas dimana n yang di yang digunakan adalah 96,04 = 96 orang, sehingga penelitian ini mengambilan data dari sempel menggunakan sistem acak atau disebut *probability sampling*. Teknik sempel secara acak merupakan teknik yang memberikan peluang sama kepada setiap

[47]Stanley Lemeshow et al, Besar *sampel* dalam penelitian kesehatan, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997), hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggota populasi yang menjadi sempelnya.[48] Sementara itu teknik *random Sampling* merupakan teknik pengambilan data secara acak tampak memberikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dalam penelitian ini untuk penyebaran kuisionernya dilakukan dengan cara memberikan kuisioner kepada konsumen bakso mama pusat yang terletak di Denanyar Jombang.

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Varibel bebas yaitu varibel yang mempengaruhi adanya variabel terikat. Dari penelitian ini mempunyai tiga variabelterikat yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), keragaman produk (X3). Sementara itu varibel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi adanya variabel bebas, penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y1).

[48]Mentari Kasih Libiro, "Pengaruh citra merek , harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk di Purbasari Liptick Matte", hal 118

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Tjiptono : situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan.	Priansa: a) Produk b) Harga c) Lokasi d) Pelayanan karyawan e) Fasilitas f) Suasana
Kualitas Produk (X1)	Kotler dan Amstrong : kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan	Ratnasari dan Asa : a) Kinerja b) kesesuaian c) Estetika d) Kualitasyang dipersepsikan
Kualitas Pelayanan (X2)	Kotler : bentuk penilaian konsumen kepada perusahaan terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen	Lumpiayoadi : a) Bukti fisik b) Ketanggapan c) Jaminan d) Empati
Keragaman Produk (X3)	Kotler : kumpulan keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen	Benson : a) Ukuran produk yang beragam b) Jenis produk yang beragam c) Kualitas produk yang beragam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya seluruh instrumen yang ada di kuisioner. Instrumen bisa dikatakan valid apabila instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh disetiap item yang ada pada kuisoner. Untuk mengetahui sebuah pertanyaan validitas atau tidak maka ada persyaratannya yaitu:[49]

a) Jika r hitung ≥ r tabel dengan signifikan 0.05, maka instrumen tersebut bisa dikatakan valid.
b) Jika r hitung ≤ r tabel dengan signifikan 0.05, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

G. Uji Realibilitas

Menurut Ghozali uji realibilitas digunakan untuk mengukur tingkatan suatu kuisioner yang menjadi indikator dari suatu variabel. Kuisoner bisa dikatan realibilitas atau handal apabila jawaban yang diberikan kepada responden dari pertanyaan tersebut cenderung konsisten dari waktu ke waktu.[50]

---

[49]Mentari Kasih Libiro, "Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk di Purbasari Lipstick Matte" hal 203

[50]Ghozali Imam, Aplikasi Analisis *multivariate* dengan program SPSS, 4 ed, (Semarang, Badan penerbit Universitas Diponegoro, t.t), hal 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengujian reabilitas dapat diterima apabila dapat memiliki nilai koefisien *Cronbach alpha*> 0,60 apabila sudah melampaui nilai tersebut maka bisa dikatan instrumen tersebut dinyatakan realibilitas atau handal.[51]

H. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu :

a) Data Primer

Menurut Danang dan Suyanto data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi penelitian.[52] Data primer dapat diperoleh oleh peneliti pada saat peneliti membagikan kuisoner kepada responden yang dituju oleh peneliti. Kuisoner ini digunakan peneliti untuk mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mamapusat diDenanyar Jombang. Dalam pengambilan data primer dapat diperoleh dengan cara penyebaran kuisoner secara langsung kepada pelanggan bakso mama pusat yang akan membeli bakso tersebut, dikarenakan pada saat pengambilan data terjadi pademi covid 19 maka peneliti berinisiatif menggunakan kuisioner online via google form. Dan hasil dari data tersebut akan dikumpulkan dan diolah oleh peneliti itu sendiri.

b) Data Sekunder

[51]Ghozali Imam, Aplikasi Analisis *multivariate* dengan program SPSS, 4 ed, (Semarang, Badan penerbit Universitas Diponegoro, t.t)
[52]Danang Suryanto, Metodelogi penelitian Akuntansi (Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013), hal 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti. Dalam data sekunder peneliti dapat memperoleh informasi data tersebut dari buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk menggumpulkan data atau informasi dari responden dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data secara langsung dengan penelitian terhadap obyek penelitian, tujuannya adalah agar peneliti dapat mengetahui perilaku konsumen bakso mama pusat yang terletak di Denanyar Jombang.

b) Wawancara

Wawancara merupakan proses mengumpulan data dengan cara tanya jawab dan tatap muka secara langsung kepada responden yang dituju. Wawancara ini digunakan kepada karyawan atau pemilik bakso mama pusat untuk mengetahui jumlah penjualan dan waktu-wakru yang strategis untuk konsumen pada saat mengambilan data kepada konsumen.

c) Kuisoner

Kuisoner merupakan teknik pengambilan data dengan cara memberikan lembaran kertas yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat kepada responden. Kuisoner tersebut akan menjadi alat ukur peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat ukur tersebut menggunakan skala *likert* dengan empat jawaban kategori :

Tabel 3.2
Jumlah skor kuisioner

Skala Pengukuran	**Skor**
Sangat Setuju	Skor 4
Setuju	Skor 3
Tidak setuju	Skor 2
Sangat tidak setuju	Skor 1

Penelitian ini menggunakan skala *likert*, yang bertujuan untuk menghilangkan "ragu-ragu" karena jawaban tersebut memiliki kecenderungan berada di titik aman. Yang nanti ada responden memilih "ragu ragu" sebagai jawaban yang aman. Maka peneliti memilih kategori jawaban SS, S, TS, STS sebagai jawab yang cocok responden supaya ada yang ke arah setuju dan tidak setuju.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat yang yang harus digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari setiap variabel yang dianalisis mengikuti pola persebaran atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogorov smirnov*. Dengan analisis data ketika nilai probalitas > 0,05 maka data tersebut bisa dikatakan normal, begitu pula sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak normal.[53]

b. Uji Multikolinearitas

Uji mulitikolinearitas dilakukan untuk menghitung koefisien korelasi ganda kemudian dibandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui kesalahan standar estimas model dalam sebuah penelitian. Jika nilai VIF (*Variance Infaltion Factor)*< 10 atau nilai tolerance > 0,1 maka bisa disimpulkan tidak memiliki masalah multikolinearitas dan begitu pula sebaliknya.[54]

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, uji ini memiliki fungsi sebagai apakah adanya ketidaksamaan varian dari residual mulai dari pengamatan yang lain dalam model regresi linear. Jika tetap ada maka bisa disebut sebagai Homoskedastisitas tetapi jika tidak sama maka bisa dikatakan sebagai heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya dengan teknik uji koefisien korelasi *spearman's rho*, yaitu dengan cara mengorelasikan variabel independen dengan residualnya.Cara pengujiannya dengan cara menggunakan nilai signifikansi >0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi

[53]Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 137
[54]Imam Gunawan, Pengantar statistika infereansial, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikannya <0,05 maka dapat diartikan terjadi gejala heteroskedastisitas.[55]

K. Uji Hipotesis

1) Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah tiga variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat akan memberikan pengaruh atau tidak. Berikut persamaan dari regresi linier berganda:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

Keterangan :

Y	: variabel terikat
a	: konstanta
$b_1b_2b_3$	: koefisien regresi
$X_1X_2X_3$	: variabel bebas
e	: error

2) Uji T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk) memberikan pengaruh secara persial atau terpisah terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).[56]Dasar pengambilan keputusan ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi:

[55] Priyatno, 2014:108
[56]Imam Gunawan, Pengantar statistika infereansial, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Jika probabilitas signifikansi >0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka secara persial penelitianini tidak memiliki pengaruh.

b. Jika angka probabilitas signifikansi <0,05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima, maka secara persial penelitian ini memiliki pengaruh.

3) Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, uji ini memiliki kegunaan untuk menguji keseluruhan apakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki pengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen.[57] Pengujian ini memberikan kepercayaan 95% dengan tingkat kesalahan 0,5 atau 5%, dengan kriterian sebagai berikut :

a. H_0diterima jika nilai signifikan <0,05 atau F dihitung >F tabel.

b. H_0 ditolak ini mempunyai nilai signifikan >0,05 atau F dihitung <F tabel.[58]

4) Koerfisien Determinasi

Koerfisien determinasi (R^2) memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian secara bersama sama dengan melihat koefisien determinasi.[59]

Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu ($0<R^2<1$). Sedangkan menurut Ghozali menjelaskan, koefiensi determinasi mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh sebuah kemampuan setiap variabel independent yang ada.

[57]Ibid, 83
[58]Ibid, 122
[59]Imam Gunawan, Pengantar statistika inferensial, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2016), hal 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penetian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di gedai bakso mama pusat yang beralamatkan di Jl. Panglima Sudirman No. 161, Jombang, Denanyar, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419 dan waktu penelitian antara bulan Juni sampai Juli 2020. Dikarenakan pada saat pengambilan data penelitian terjadi pandemi covid 19 maka pengambilan data penelitian dilakukan secara online via google form.

2. Profil Bakso Mama

Bakso mama berdiri pada tahun 1993 dan dirikan oleh bapak Suyanto. Pada saaat itu pak Suyanto pergi merantau kesatu kota ke kota lainnya hanya untuk berjualan bakso, sementara itu resep bakso yang buat dibuat oleh bapak Suyanto didapatkan oleh keluarganya yang juga berjualan bakso di kampung halamannya Madiun. Danpada saat itu bapak Suyanto hanya berjualan bakso menggunakan gerobak dorong,seiring berjalannya waktu dan semangat juang yang dimiliki oleh bapak Suyanto dalam rentang waktu 4 tahun lebih tepatnya pada tahun 1997 bapak Suyantosudah mempunyai 12 gerobak dorong untuk penjual baksonya.

Nama bakso mama sendiri diambil oleh bapak Suyanto waktu itu dikarenakan pada saat itu bapak Suyanto yang sudah lama tidak pulang untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merantau berjualan bakso kekota lain dan rela meninggalkan orang tuaanya di kampung halamannya dan pada saat itu beliau sedang rindu kepada orang tuanya, namun beliau mempunyai prinsip “tidak akan pulang sebelum sukses”. Seiring berjalannya waktu tiba-tiba ibu dari bapak Suyanto jatuh sakit dan dirawat dirumah sakit pada akhirnya kakak dari bapak Suyanto menemui dan memberitahu kepada bapak Suyanto bahwa ibunya sedang jatuh sakit sedang dirawat dirumah sakit, namun bapak Suyanto teteap belum ingin kembali pulang ke kampung halamannya Madiun, kakak dari bapak Suyanto tersebut harus mendatangi beliau (bapak Suyanto) sampai ketiga kalinya untuk membujuk beliau dan menyampaikan pesan dari ibunya bahwa ibu hanya ingin bertemu dengan bapak Suyanto, pada akhirnya pak Suyanto mau pulang ke Madiun untuk menemui ibunya yang sedang sakit. Akhirnya beliau mau pulang dan menemui ibunya yang sedang jatuh sakit, setelah beliau menemui ibunya yang sakit tidak perlu menunggu waktu lama ibunya tiba-tiba sembuh dari sakitnya dan pada ibu sudah sembuh dari sakitnya pak Suyanto menemukan ide bahwa nama baksonya akan diberi nama “bakso mama” yang mempunyai arti rindu mama atau ibu sudah lama merantau atau kasih ibu sepanjang masa.[60] Setelah ibunya sembuh dari sakitnya maka pak Suyanto meminta izin kepada ibunya bahwa ia ingin merantau lagidan ingin meneruskan usaha bakso yang sudah ia rintis sejak dulu.

Singkat cerita, akhirnya usaha baksonya berjalan lancar dan sudah mempunyai gerobak bakso banyak. Akhirnya pak Suyanto mempunyai

[60]Wawancvara bapak Suyanto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keinginan untuk mempunayi warung bakso dengan tujuan agar lebih mudah mengontrol penjualan baksonya, dengan kegigihan dan semangat juang yang tinggi pada tahun 2000 pak Suyanto akhirnya keinginan dari pak Suyanto menjadi kenyataan yakni mempunyai warung bakso sendiri, seiring berjalannya waktu dan pengalaman yang dimiliki pak Suyanto beliau terus belajar untuk memberikan yang terbaik untuk konsumennya seperti memberikan pelayanan yang baik, memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumennya dan sebagainya, sehingga bakso mama mudah dikenal oleh konsumennya dan tidak sedikit konsumen yang membeli bakso mama digedainya. Pada tahun 2004 akhirnya pak Suyanto bisa membuka cabang bakso mama untuk pertama kalinya yang terletak di daerah Kelenteng kota Jombang, dengan tujuan supaya kosnumen lebih mudah menjangkaunya dan bakso mama lebih dekat ke konsumen[61].

Bakso mama sendiri mempunyai ciri khas "murah dan enak" pak Suyanto memberikan nama murah dahulu dari pada enak, di karenakan menurut pak Suyanto makanan yang murah dan enak itu peminatnya sudah banyak dan jumlah masih sedikit kalau makanan yang enak saja itu sudah banyak dan kebanyakan makanan yang enak tapi mahal itu sudah banyak. Maka dari itu pak Suyanto memberikan ciri khas kepada baksonya murah dan enak karena jumlah sedikit dan peminatnya banyak sehingga mudah dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

[61]Wawancara bapak Suyanto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bakso mama sendiri menggunkana sistem organisasi kekeluargaan sehingga antara konsumen dan pemilik usahnya tidak ada kesenjangan sosial dan mempunyai rasa saling memliki sehingga muncul rasa saling percaya antara karyaawan dan pemilik usaha. Hingga saat ini bakso mama sudah mempunyai 7 cabang dan 21 anak cabang yang sudah tersebar diberbagai kota.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian kali ini adalah konsumen bakso mama pusat yang pernah melakukan transaksi pembelian di bakso mama pusat yang beralamat di Jl. Panglima Sudirman No. 161, Jombang, Denanyar, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419 yang berjumlah 96 konsumen.Karakteristk responden yang diambil pada penelitian kali ini berdasarkan jenis kelamin dan usia.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berikut adalah data 96 responden yang berdasarkan pada pengelompokkan berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden

Jenis kelamin	**Frekuensi (n)**	**Presentase (%)**
Laki-laki	56 orang	52%
Perempuan	40 orang	42%
Jumlah	96 orang	100%

Berdasarkanhasil tabel 4.1, dengan jumlah 96 responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dari total

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

96 responden dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki berjumlah 56 orang atau berjumlah 58% sementara itu untuk responden perempuan berjumlah 40 orang atau berjumlah 42%.

b. Karakteristik berdasarkan usia responden

Berikut adalah data dari 96 responden yang berdasarkan pengelompokkan berdasarkan usia responden.

Tabel 4.2
Karakteristik berdasarkan usia responden

Usia	**Frekuensi (n)**	**Presentase (%)**
15-20 tahun	12 orang	11%
21-30 tahun	74 orang	75%
31-40 tahun	8 orang	8%
41-50 tahun	2 orang	2%
Jumlah	96 orang	100%

Berdasarkan hasil pada tabel 4.2 diatas, dengan jumlah 96 responden yang dikelompokkan berdasarkan usia maka bisa dilihat usia 15-20 tahun berjumlah 12 orang, sementara itu di usia 21-30 tahun berjumlah 74 orang, sementara di usia 31-40 tahun berjumlah 8 orang dan di usia 41-50 tahun berjumlah 2 orang. Dari total keseluruhan 96 jumlah responden.

c. Analisis deskriptif variabel

Jumlah data responden pada penelitian kali ini sebanyak 96 responden dengan berbagai pertanyaan. Berdasarkan jumlah kuisioner yang sudah tesebar, berikut adalah analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Kepuasan konsumen (Y)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.3
Analisis deskriptif berdasarkan kepuasan konsumen

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS	Presentase
1	Hargabakso mama mudah dijangkau konsumen	42	53	1	0	100%
2	Lokasi bakso mama mudah dijangkau oleh konsumen	33	58	4	1	100%
3	Fasilitas bakso mama sangatlengkap	31	60	5	0	100%
4	Bakso mama memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen	21	60	14	1	100%
5	Konsumen memiliki kemudahan untuk membeli bakso mama	32	58	6	0	100%
6	Lokasi bakso mama sangat strategis	20	68	8	0	100%
7	Konsumen memiliki kemudahan untuk membeli bakso mama	24	61	10	1	100%
8	Lokasi bakso mama sangat strategis	24	62	10	0	100%
9	Karyawan bakso mama sangat tanggap terhadap konsumen	31	60	5	0	100%
10	Bakso mama mempunyai pelayanan yang baik terhadap setiap konsumen	22	64	9	1	100%
11	Harga yang disediakan terjangkau	34	57	5	0	100%
12	Konsumen merasa puas terhadap harga yang diberikan oleh bakso mama	33	61	2	0	100%

Berdasarkan pada hasil tabel 4.3 pada variabel kepuasan konsumen (Y) diatas Dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan ke 1 sebanyak 42 responden memilih jawaban sangat setuju, 53 responden memilih jawaban setuju, 1 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dalam item pertanyaan ini pada variabel kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakma mempunyai harga yang cukup terjangkau mulai dari Rp 10.000 sampai Rp 100.000 dan dengan harga tersebut konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merasa tidak keberatan dikarekan bakso mama mempunyai kualitas bakso yang tidak kalah dengan bakso lainnya, selain mempunyai harga yang terjangkau bakso mama juga memberikan fasilitas yang baik kepada para konsumennya seperti adanya tempat parkir yang aman dan nyaman, suasana yang nyaman dan sebagainya. Hal tersebut sesaui dengan pendapat Kotler dan Amstrong yang berpendapat bahwa pengertian harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan nilai atau manfaat dari produk atau jasa tersebut,[62] hal itu juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Echa Febri Chorniawan dkk yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di bakso mama 1 Jombang" dengan hasil penelitiannya variabel kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan bakso mama 1 Jombang.[63]

Untuk pertanyaan ke 2, sebanyak 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 58 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setujudan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan lokasi dari bakso mama pusat berada dijalur antar provinsi dan dekat dengan area perkotaan selain itu akses untuk menuju ke kedai bakso mama sangatlah mudah hal tersebut dapat

[62] Ida Nurul Fitriyah,"Pengaruh harga,*brand image* dan *personal branding* "Kaesang Pangarep" terhadap keputusan pembelian produk sang pisang Royal Plaza Surabaya", (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020) hal 15

[63] Echa Febri Chorniawan dkk, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pembelian pelanggan di bakso mama 1 Jombang", (Jurnal, UNHASY, 2019), vol 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempermudah konsumen untuk datang ke kedai bakso mama yang beralamat di

Jl.PanglimaSudirmanNo.161,Jombang,Denanyar,KecamatanJombang,KabupatenJombang,JawaTimur, hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Sumarwan yang berpendapat lokasi adalah tempat usaha yang mampu mempengaruhi konsumen untuk datang ke tempat usaha tersebut.[64] Hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu milik Dwimas Arie Sepungkat dkk yang berjudul "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan warung kopi kedai singgah Malang)" dengan hasil penelitiannya pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.[65]

Untuk pertanyaan ke 3, sebanyak 31 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 4 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut karenakan bakso mama memberikan fasilitas yang cukup baik kepada setiap konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan adanya fasilitas yang cukup memadai seperti tampat duduk yang nyaman, adanya sirkulasi udara yang baik,

[64] Dwimas Arie Supangkat dkk, “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel Intervening (Studi pada pelanggan warung kedai singgah Malang), (Jurnal, UNISMA, 2019)
[65] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tempat parkir yang aman dan nyaman, toilet, wifi dan musholla dengan adanya fasilitas tersebut bukan tidak mungkin konsumen merasa puas saat berada dibakso mama. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Mcllroy dan Barnett yang berpendapat kepuasan adalah sebagai ukuran seberapa baik harapan pelanggan tersebut terpenuhi.[66] Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Siti Syahdudarmi yang berjudul "Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi bengkalis di Pekanbaru" dengan hasil penelitiannya variabel fasilitas dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi bengkalis di Pekanbaru.[67]

Untuk pertanyaan ke 4, sebanyak 21 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 14 responden memilih jawaban tidan setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama memberikan fasilitas yang cukup baik untuk para konsumennya bukan tidak mungkin konsumen bakso mama merasa nyaman saat membeli bakso mama dan bagi konsumen yang membawa kendaraan saat membeli bakso mama, bakso mama memberikan fasilitas untuk tempat parkir yang aman dan nyaman saat konsumen yang mau membeli bakso mama, dari fasilitas yang bakso mama

[66] Siti Syahsudarmi, “Penagruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru”, (Jurnal, STIE RIAU, 2018), vol 6
[67] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berikan kepada konsumen tersebut bukan tidak mungkin konsumen mempunyai kepuasan tersendiri terhadap bakso mama, jadi bukan tidak mungkin keinginan dan kebutuhan konsumen sudah terpenuhi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Tjiptono dam Candra yang berpendapat bahwa pengertian kepuasan konsumen adalah keadaan yang diperlihatkan oleh konsumen ketika mereka telah menggunakan jasa kemudian menyadari bahwa keinginan dan kebutuhannya sudah terpetuhi,[68] pendapat juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Dika Lambang Krisdianti dan Sunarti yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada lestoran pizza hut Malang *town square"*dengan hasil penelitian kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara signifioan terhadap kepuasan konsumen pizza hut Malang *town square"*.[69]

Untuk pertanyaan ke 5, sebanyak 32 responden memilih jawaban sangat setuju, 58 responden memilih jawaban setuju, 6 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama sudah mempunyai 4 cabang yang terdapat di kota Jombang dan masing-masing cabang dari bakso mama terletak di area perkotaan sehingga konsumen dengan mudah untuk menjangkau bakso mama, tidak hanya dengan itu bakso mama

[68] Dika Lambang Krisdianti dan Sunarti, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut Malang town square”, (Jurnal, Universitas Brawijaya, 2019), vol 70
[69] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga menggunakan kemajuan teknologi sebagai media untuk mempermudah penjualannya seperti *go food* dan *grab food*, hal tersebut dilakukan bakso mama dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Pendapat tersebut sesuai dengan tori dari Menurut Kotler dan Armstrong yang berpendapat bahwa tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk, bertemunnya konsumen serta dapat menetukan segmen pasar mana yang akan dituju,[70] hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik M.Z. Fikri dan A.S. Mulazid dengan judul penelitian "Pengaruh *brand image*, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket kedai yatim" dengan hasil penelitian variabel *Brand image*, lokasi, dan *storeatmosphere* secara simultan dan persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket kedai yatim.[71]

Untuk pertanyaan ke 6, sebanyak 20 responden memilih jawaban sangat setuju, 68 responden memilih jawaban setuju, 6 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen moyoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan lokasi dari bakso mama pusat berada dijalur antar provinsi dan dekat dengan area perkotaan selain itu akses untuk menuju ke kedai bakso mama sangatlah mudah, hal tersebut dapat mempermudah konsumen untuk datang ke kedai bakso mama yang beralamat

[70] M.Z Fikri dan A.S Mulazid, “Pengaruh brand image, lokasi dan store atmosphere terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada minimarket kedai yatim”, (Jurnal, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), vol 6
[71] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di Jl.Panglima Sudirman No. 161, Jombang, Denanyar, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, JawaTimur, hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Levi yang berpendapat bahwa karakteristik lokasi yang mempengaruhi penjualan pada usaha ada tiga macam yaitu: 1. Alur lalu lintas yang melewati lokasi & aksesibilitas ke lokasi, 2. Karakteristik tempat lokasi, 3. Harga yang terkait pada pemilihan tempat lokasi.[72] Oleh karena itu karakteristik untuk menentukan lokasi sebuah usaha sangatlah penting, hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Dwimas Arie Sepungkat dkk yang berjudul "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan warung kopi kedai singgah Malang)" dengan hasil penelitiannya pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.[73]

Untuk pertanyaan ke 7,sebanyak 24 memilih jawaban sangat setuju, 61 responden memilih jawaban setuju, 10 responden memilih tidak setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini pada variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan kedai bakso mama mempunyai sirkulasi udara yang bagus selain itu kedai bakso mama dilengkapi berbagai macam fasilitas yang

[72] Dwimas Arie Supangkat dkk, “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel Intervening (Studi pada pelanggan warung kedai singgah Malang), (Jurnal, UNISMA, 2019)
[73] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa membuat nyaman para konsumennya seperti tempat parkir yang aman dan nyaman, kursi dan meja yang nyaman, wifi, musholla, toilet serta bakso mama selalu menjaga kebersihan kedai, hal itu buat hanya semata-mata untuk memuaskan konsumennya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Cox and Brittain yang berpendapat bahwa pengertian *store atmosphere* adalah komponen penting dari sebuah toko atau cafe dan bisa memberikan efek sensorik dominan yang diciptakan dari sebuah desain toko atau cafe sehingga konsumen merasa nyaman saat berada ditempat tersebut.[74] Hal itu diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Maria Kristiana yang berjudul "Pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *caffe heerlijk gelato* perpustakaan bank Indonesia Surabaya" dengan hasil penelitian Secara simultan *store atmosphere* dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Cafe Heerlijk Gelato* Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dengan cukup signifikansi.[75]

Untuk pertanyaan ke 8, sebanyak 24 responden memilih jawaban sangat setuju, 62 responden memilih jawaban setuju, 10 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama selalu menjaga kebersihan kedainya dengan tujuan supaya konsumen saat berada disana merasa

[74] Maria Kristiana, “Penagruh atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen café heerlijk gelato perpustakaan bank Indonesia”, (Jurnal, UNESA, 2017), vol 01
[75] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nyaman, jadi sebelum membuka kedai para karyawan bakso mama selalu membersihkan kedai supaya pada saat konsumen yang dating untuk membeli bakso mama konsumen tersebut bisa dengan nyaman saat berada dibakso mama, halte tersebut sesuai dengan pendapat dari Rafsanjadi yang berpendapat bahwa pengertian *Store Atmosphere* adalah kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak toko, dekorasi dan lingkungan sekitar,[76] hal tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Elza Marcelina Bataha dkk yang berjudul "Pengaruh *store atmosphere* dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai pemediasi (studi pada warung kobong di kota Manado) dengan hasil penelitiannya bahwa variabel *store atmosphere* dan persepsi harga memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen dan kepuasan konsumen di warong kobong di Manado.[77]

Untuk pertanyaan ke 9, sebanyak 31 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini pada variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan setiap karyawan bakso mama selalu siap dan siaga terhadap setiap konsumen yang datang hal tersebut dengan tujuan supaya konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang

[76] Elza Marcelina Bataha dkk, "Penagruh store atmosphere dan resepsi harga terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel pemediasi (studi pada warung kobong di kota Manad)", (Jurnal, Universitas Sam Ratulangi, 2020), vol 7
[77] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diberikan oleh bakso mama, hal itu digunakan oleh bakso mama supaya kinerja para karyawan meningkat dan akan berdampak baik kepada bakso mama dan konsumennya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Mangkunegara yang berpendapat bahwa pengertian Kinerja adalah prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.[78] Hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Oxy Rindiantika Sari dan Heru Susilo yang berjudul "Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dengan *organizational citizenship behavior* sebagai variabel *intervening* (studi pada karyawan PTPN X - unit usaha pabrik gula Modjopanggong Tulungagung)" dengan hasil penelitian untuk variabel kepuasan kerja dan kinerja karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior.*[79]

Untuk pertanyaan ke 10, sebanyak 22 responden memilih jawaban memilih jawwaban sangat setuju, 64 responden memilih jawaban memilih setuju, 9 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini pada variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan pemilik dari bakso mama yaitu bapak Suyanto telah mengajarkan kepada setiap konsumennya untuk berbuat baik kepada semua orang supaya

[78] Oxy Rindiantika Sari dan Heru Susilo, "Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dengan organizational citizenship behavior sebagai variabel intervening (studi pada karyawan PTPN X- Unit usaha pabrik gula Modjopanggoong Tulungagung)", (Jurnal Universitas Brawijaya, 2018), vol 68
[79] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada kita mengalami kesusahan maka akan ada yang membantu kita,[80] hal itu ditanamkan oleh bapak Suyanto kepada setiap karyawannya supaya selalu bersikap baik. Dari penyataan bapak Suyanto tersebut secaraa tidak langsung dipratikkan oleh setiap karyawannya kepada konsumennya, dan secara tidak langsung pula kualitas pelayanan yang ada dibakso mama meningkat. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Sedarmayanti yang berpendapat bahwa pengertian lingkungan kerja adalah semua keadaan yang terdapat disekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi karyawan secara langsung maupun tidak langsung.[81] Hal tersebut juga sesuai dengan adanya penelitian terdahulu milik Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Risqy Ridho Ilahi yang berjudul "Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai media penggerak ekonomi" dengan hasil penelitiannya lingkungan kerja fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja.[82]

Untuk pertanyaan ke 11, sebanyak 34 responden memilih jawaban sangat setuju, 57 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat setuju. Untuk item pertanyaan ini dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal itu dikarenakan bakso mama mempunyai harga yang cukup diterjangkau oleh konsumen mulai dari Rp 10.000 sampai Rp

[80] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama
[81] Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Rizqy Ridho Ilahi, “Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator pergerakan ekonomi”, (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019), vol 2
[82] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

100.000 harga yang diberikan oleh bakso mama itu sesuai dengan kualitas yang diberikan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari William J Stanton dalam Marius yang berpendapat bahwa pengertian harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk memperoleh kombinasi antara produk dan layanan yang ada didalam produk tersebut.[83] Pendapat tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Tjong Su Ling dan Anton Widio Pratomo dengan judul penelitian "Pengaruh *brand image*, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen *the highland park resort* hotel Bogor" dengan hasil penelitian variabel *brand image*, persepsi harga dan *word of mouth* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *the highland park resort* hotel Bogor.[84]

Untuk pertanyaan ke 12, sebanyak 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 61 responden memilih jawaban setuju, 2 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan harga dibakso mama bisa terbilang terjangkau karen harganya berbagai macam mulai dari Rp 10.000 sampai dengan Rp 100.000 dari harga yang ditawarkan oleh bakso mama konsumen bisa bebas memilih produk mana yang akan dia beli sesuai dengan keinginannya. Hal tersebut diperkuat dengan

[83] Dwi Safitri, “Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di burger king Jemursari”, (Skripsi, UINSA, 2020), hal 11

[84] Tjong Su Lin dan Anton Widio Pratomo, “Pengaruh brand image, persepsi harga dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen the highland park resort hotel Bogor” (Jurnal, Institut bisnis dan infomatika kesatuan Bogor, 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendapat dari Kotler dan Amstrong yang berpendapat bahwa pengertian Harga adalah sejumlah uang yang harus ditukarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa dengan tujuan tertentu.[85] Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Arif Dili Apriliyanto yang berjudul "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai cekopi Mendungan Kartasura" dengan hasil penelitian pada variabel harga memberikan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.[86]

b) Kualitas produk (X1)

Tabel 4.4
Analisis deskriptif berdasarkan kualitas produk

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS	Presentase
1	Nama bakso mama sudah tidak asing ditelinga konsumen	33	61	2	0	100%
2	Bakso mama sudah terkenal di kotaJombang	43	50	3	0	100%
3	Bakso mama mempunyai aroma yang nikmat	28	67	2	1	100%
4	Bakso mama selalu menjaga kualitas produknya	22	60	12	1	100%
5	Kualitas dari bakso mama sesuai dengan harga yang ditawarkan	33	55	8	0	100%
6	Produk dari bakso mama cocok untuk semua kalangan	26	63	7	0	100%
7	Konsumen sering mendengar nama bakso mama	27	61	7	1	100%
8	Konsumen sering direkomendasikan oleh teman untuk membeli bakso mama	29	56	11	0	100%

[85] Arif Dili Apriliyanto, “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai cekopi Mendungan Kartasura”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)
[86] Arif Dili Apriliyanto, “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai cekopi Mendungan Kartasura”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pada hasil data table 4.4 diatas pada variabel kualitas produk (X1) dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan ke 1, sebanyak 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 61 responden memilih jawaban setuju, 2 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Mayoritas konsumen memilih jawaban setuju dikarenakan bakso mama didirikan sejak tahun 1993 dan pada saat itu dimulai dengan gerobak dorong untuk menjual baksonya dan sering kali berpindah pindah tempat hal tersebut dilakukan supaya banyak konsumen mengenal bakso mama[87] yang dilakukan pak Suyanto selama bertahun-tahun itu pun tidak sia sia selang beberapa tahun kemudian bakso mama sudah dikenal oleh banyak orang di daerah Jombang sendiri dan diluar daerah Jombang. Hal tersebut juga sesuai dengan salah satu dimensi dari kualitas produk menurut Tjiptono yaitu kinerja yaitu karakter dari produk atau merek tersebut dari pandangan umum.[88] Teori tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu milik Rima Nurmalia Oktari dkk yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosoliwangun) dengan hasil penelitiannya bahwa kualitas produk secara persial memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.[89]

Untuk pertanyaan ke 2, sebanyak 43 responden memilih jawaban sangat setuju, 50 responden memilih jawaban setuju, 3 responden memilih jawaban

[87] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama
[88] Rima Nurmalia Okatari dkk, "Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)", (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2
[89] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak setuju dan 0 reponden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dari pertanyaan tersebut mayoritas konsumen memilih jawaban sangat setuju dan setuju hal dikarenakan bakso mama sudah sejak tahun 1993 berdiri dan sudah mempunyai 4 cabang yang terletak di kota Jombang, dari penyataan tersebut bisa dikatakan bahwa bakso mama sudah terkenal dikota Jombang hingga saat ini bakso mama selalu ramai dikunjungi oleh konsumen meskipun sudah banyak pesaing dari usaha sejenis maupun tidak sejenis, meskipum begitu bakso mama selalu menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan sebagainya supaya konsumen merasa senang saat berkunjung di bakso mama. Hal tersebut juga sejalan pendapat Kotler dan Keller yang berpendapat bahwa *brand image* adalah sebagai proses dimana seseorang bebas memilih, mengorganisasikan dan mengatur segala informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti,[90] hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Hatane Samuel dan Julian Wibisono yang berjudul "*brand image, customer satisfaction* dan *customer loyalty* jaringan supermarket Superindo Surabaya" dengan hasil penelitian *brand image dan customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.[91]

Untuk pertanyaan ke 3, 28 responden memilih jawaban sangat setuju, 67 responden memilih jawaban setuju, 2 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Untuk pertanyaan dalam

[90] Ida Nurul Fitriyah,"Pengaruh harga,*brand image* dan *personal branding* "Kaesang Pangarep" terhadap keputusan pembelian produk sang pisang Royal Plaza Surabaya", (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), hal 15

[91] Hatane Semuel dan Julian Wibisono, "Brand image, customer satisfaction dan customer loyalty jaringan supermarket superindo di Surabaya", (Jurnal, Universitas Kristen Putra, 2019), vol 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

item ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju dikarenakan dalam proses pembuatannya bakso mama mempunyai resep keluarga yang dirahasiakan dan selalu dijaga sampai sekarang, resep tersebut membuat bakso mama mempunyai cita rasa tersendiri dibandingkan dengan bakso lainnya hal tersebut dibuktikan dengan adanya banyak konsumen yang merasa puas terhadap produk bakso mama. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Adi Sucipto yang berpendapat bahwa pengertian produk adalah segala hal yang ditawarkan, diminati, disukai dan dibeli oleh produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.[92] Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu milik Osell Anindya Ayu Aldiona S dan Handoyo Djoko yang berjudul "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (studi kasus pada pembeli tahu baxo ibu Pudji Ungaran) dengan hasil penelitian variabel harga dan kualitas produk memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel mediasi.[93]

Untuk pertanyaan ke 4, sebanyak 22 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 12 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 reponden memilih jawaban sangat tidak setuju. Untuk pertanyaan dalam item ini pada kualitas produk dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bahwa sejak

[92] Rima Nurmalia Okatari dkk, “Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)”, (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2

[93] Osell Anindya Ayu Aldiona dan Handoyo Djoko, “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (studi kasus pada pembeli tahu baxo ibu Pudji Ungaran)”, (Jurnal, UNDIP, 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdirinya bakso mama pada 1993 sampai sekarang bakso mama masih mempertahankan kualitas bakso, sehingga dalam proses pembuatannya sangat diperhatikan komposisi bahan yang digunakan untuk membuat bakso.[94] Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari Adi Sucipto yang berpendapat bahwa pengertian produk adalah segala hal yang ditawarkan, diminati, disukai dan dibeli oleh produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya.[95] Pendapat tersebut juga sesuai dengan penelitan terdahulu milik Jesikha Inka Emor dkk yang berjudul " Pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen RM bakso Solo pak Eko di Tomohon" dengan hasil penitiannya secara persial kualitas produk memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di RM bakso Solo pak Eka di Tomohon.[96]

Untuk pertanyaan ke 5, sebanyak 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 55 responden memilih jawaban setuju, 8 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Untuk pertanyaan dalam item ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama mempunyai slogan untuk setiap produknya yaitu "murah dan enak" nama murah didahulukan karena pemilik dari bakso mama mempuyai prinsip kalau makanan yang murah itu banyak dan kalau

---

[94] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama

[95] Rima Nurmalia Okatari dkk, “Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)”, (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2

[96] Jesikha Inka Emor dkk, “Pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen RM bakso Solo pak Eko di Tomohon”, (Jurnal, Universitas Sam Ratulangi, 2019), vol 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makan yang murah dan enak itu sangat jarang ditemui dan mayoritas konsumen kalua ingin membeli produk pasti yang didahulukan adalah harganya, maka dari itulah bakso mama mempunyai kualitas bakso yang tidak kalah dari bakso yang lain.[97] Hal tersebut sesuai dengan pendapat. Kotler dan Amstrong yang berpendapat bahwa pengertian harga adalah sejumlah sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan nilai atau manfaat dari produk atau jasa tersebut.[98] Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Pitri Sahayu Ubad Ati dkk yang berjudul "Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen produk elektronik merek Polytron" dengan hasil penelitiannya varibel promosi, harga dan kualitas produk memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk elekronik polytron.[99]

Untuk pertanyaan ke 6, sebanyak 26 responden memilih jawaban sangat setuju, 63 responden memilih jawaban setuju, 7 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan harga dari bakso mama mudah dijangkau oleh hampir semua kalangan konsumen, harga produk di bakso mama mulai dari Rp 10.000 hingga Rp 100.000 harga tersebut sesuai dengan kualitas produk yang dipesan oleh

[97] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama
[98] Ida Nurul Fitriyah,"Pengaruh harga,*brand image* dan *personal branding* "Kaesang Pangarep" terhadap keputusan pembelian produk sang pisang Royal Plaza Surabaya", (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), hal 15
[99] Pitri Sahayu Ubat Ati dkk, "Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen produk elektronik merek polytron", (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, 2020), vol 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen.[100] Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Adi Sucipto yang berpendapat bahwa pengertian produk adalah segala hal yang ditawarkan, diminati, disukai dan dibeli oleh produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan,[101] hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Rima Nurmalia Oktari yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangan) dengan hasil penelitiannya pada variabel kualitas produk, pelayanan dan harga secara persial memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.[102]

Untuk pertanyaan ke 7, sebanyak 27 responden memilih jawaban sangat setuju, 61 responden memilih jawaban setuju, 7 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama sudah berdiri sejak tahun 1993 hingga saat ini sudah mempunyai 4 cabang yang terletak di kota Jombang, meskipun sudah berdiri sejak lama bakso mama hingga saat ini masih mempertahankan kulitas produknya meningkatkan kualitas pelayanannya hingga terus berinovasi untuk mengembangkan usaha kulinernya,[103] maka dari itu bakso mama mempunyai *brand image* yang cukup baik dimata konsumen sehingga konsumen tidak asing

[100] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama
[101] Rima Nurmalia Okatari dkk, "Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)", (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2
[102] Rima Nurmalia Okatari dkk, "Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)", (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2
[103] Wawancara bapak Suyanto pemilik dari bakso mama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan nama bakso mama sejak dulu hingga saat ini, hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Shafiee dkk yang berpendapat bahwa pengertian *brand image* adalah segala persepsi tentang merek atau produk yang ada didalam benak konsumen.[104] Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu milik I Kadek Aristaya dkk yang berjudul "Pengaruh persepsi harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen" dengan hasil penelitiannya pada variabel harga tidak mempunyai pengaruh keputusan pembelian distro travies Denpasar sedangkan untuk variabel *brand image* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen distro travies Denpasar.[105]

Untuk pertanyaan ke 8, sebanyak 29 responden memilih jawaban sangat setuju, 56 responden memilih jawaban setuju, 11 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan dalam variabel kualitas produk moyoritas konsumen memilih jawaban sangat setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama mempunyai harga yang cukup terjangkau dan mempunyai rasa yang enak selain itu bakso mama juga mempunyai fasilitas yang nyaman untuk para konsumen yang hendak membeli bakso mama seperti tempat parkir yang aman dan nyaman suasana gedai yang nyaman serta tempat yang bersih, dari kualitas produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh bakso mama kepada konsumen hal tersebut secara tidak

[104] I Kadek Aristayasa dkk, “Pengaruh resepsi harga dan brand image tehadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen”, (Jurnal, Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2020), vol 15
[105] I Kadek Aristayasa dkk, “Pengaruh resepsi harga dan brand image tehadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen”, (Jurnal, Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2020), vol 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung muncul rasa saling percaya antara bakso mama dan konsumen, hal tersebut juga sesuai dengan pendapat dari Tjiptono yang berpendapat bahwa kepercayaan merek adalah apabila suatu merek atau produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mempunyai rasa saling percaya antara konsumen dan produk hingga konsumen mempunyai rasa puas.[106] Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Melinda Desy Wahyuni yang berjudul "Pengaruh persepsi harga, kepercayaan merek, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik)" dengan hasil penelitiannya bahwa variabel harga, kepercayaan merek, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.[107]

c) Kualitas pelayanan (X2)

Tabel 4.5
Analisis deskriptif berdasarkan kualitas pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS	Presentase
1	Konsumen sangat puas terhadap fasilitas yang diberikan oleh bakso mama	23	62	11	0	100%
2	Fasilitas bakso mama sesuai keinginan konsumen	20	68	8	0	100%
3	Karyawan bakso mama professional terhadap setiap konsumen	32	50	13	1	100%
4	Konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama terhadap produk yang dipesan	26	60	10	0	100%

[106] Melinda Desy Wahyuni, “Pengaruh persepsi harga, kepercayaan merek, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada consumen Natasha skin care center Gresil)”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2019)
[107] Melinda Desy Wahyuni, “Pengaruh persepsi harga, kepercayaan merek, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada consumen Natasha skin care center Gresil)”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5	Konsumen merasa nyaman saat pesan bakso dibakso mama	17	74	5	0	100%
6	Karyawan bakso mempunyai etika yang bagus kepada setiap konsumen	31	59	6	0	100%
7	Karyawanbakso mama memenuhi keingginan konsumen	30	57	8	1	100%
8	Konsumen mempunyai kepuasan terhadap produk bakso mama	30	61	5	0	100%

Berdasarkan hasil data tabel 4.5 diatas pada variabel kualitas pelayanan (X2) dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan ke 1, sebanyak 23 responden memilih jawaban sangat setuju, 62 responden memilih jawaban setuju, 11 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 respondenmemilih jawaban sangat tidak setuju. Untuk pertanyaan dalam item ini pada variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama mempunyai fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen seperti tempat parkir yang aman dan nyaman, suasana gedai yang nyaman, adanya tempat ibadah bagi umat islam, toilet dan wifi. Dari fasilitas yang diberikan oleh bakso mama bukan tidak mungkin konsumen sangat puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh bakso mama. Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Hartini yang berpendapat bahwa pengertian fasilitas adalah sumber daya yang harus ada dan bisa dimanfaatkan oleh konsumen supaya merasa puas terhadap perusahaan tersebut,[108] hal tersebut juga perkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Abriansyah dan Herry Nurdin yang berjudul "Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada

[108] Abriansyah dan Herry Nurdin, “Pengaruh fasilitas dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima”, (Jurnal, STIE Bima, 2020), vol 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedai terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima" dengan hasil penelitian secara simultan lokasi dan fasilitas memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kedai terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima.[109]

Untuk pertanyaan ke 2, sebanyak 20 responden memilih jawaban sangat setuju, 68 responden memilih jawaban setuju, 8 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini pada variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama memberikan fasilitas yang diinginkan konsumen seperti adanya tempat parkir yang aman dan nyaman, suasana gedai yang nyaman, adanya tempat ibadah bagi umat islam, toilet dan wifi. Dari fasilitas yang diberikan oleh bakso mama bukan tidak mungkin konsumen sangat puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh bakso mama, hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller berpendapat bahwa pengertian fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual untuk mendukung kenyamanan konsumennya.[110] Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Galih Utama Hariaji dan Setia Irianto yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen (studi pada warung kopi srintil di Temanggung) dengan hasil penelitiannya variabel kualitas pelayanan, lokasi

[109] Ibid
[110] Galih Utama Hariaji, “Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen (studi pada warung kopi Srintil di Temanggung)”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Semarang, 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan fasilitas secara persial memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen warung srintil di Temanggung.[111]

Untukpertanyaan ke 3, sebanyak 32 responden memilih jawaban sangat setuju, 50 responden memilih jawaban setuju, 13 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 responden memilih sangat tidak setuju. Untuk item pertanyaan karyawan bakso mama profesional pada setiap karyawan, mayoritas konsumen memilih jawaban setuju dikarenakan karyawan yang masih baru di bakso mama di *trainning* terlebih dahulu selama kurang lebih 3 bulan setelah melalui masa *trainning* maka pemilik bakso mama akan memutuskan karyawan tersebut akan bekerja dibakso mama atau tidak, hal tersebut berdasarkan pada pendapat dari Tjiptohadi yang berpendapat bahwa profesionalisme adalah suatu keahlian, mempunyai kualifikasi tertentu dan mempunyai pengalaman sesuai dengan bidangnya.[112] hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu milik Yocki Pramudya Ananda yang berjudul "Analisa pengaruh kompensasi, profesionalisme dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan PT Omesfindo Agung Sentracendikia" dengan hasil penelitian bahwa kompensasi, profesionalisme dan budaya organisasi secara simultan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT Omesfindo Agung Sentracendikia.[113]

---

[111] Ibid

[112] Yocki Pramudya Ananda, “Analisis pengaruh kompensasi, profesionalisme dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan PT Omesfindo Agung Sentracendikia”, (Jurnal, Universitas Trilogi, 2020), vol 6

[113] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk pertanyaan ke 4, sebanyak 26 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 13 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut mayoritas konsumen memilih jawaban setuju dikarenakan konsumen merasa puas terhadap ketanggapan karyawan bakso mama kepada para konsumennya, hal tersebut dikarenakan karyawan bakso mama yang masih baru harus di *trainning* terlebih dahulu selama 3 bulan hal tersebut dilakukan supaya konsumen sudah terbiasa terhadap tata tertib yang berlaku dibakso mama dan cara kerjanya.[114] Hal tersebut sesaui dengan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan menurut Zeithalm dam Barry yang menjelaskan bahwa salah satu dimensi dari kualitas pelayanan adalah daya tanggap yang berfungsi sebagai kesedianan perusahaan kepada konsumen untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap supaya konsumen tidak merasa bosan dan membuang waktu terlalu lama untuk menunggu produk yang telah diinginkan.[115] Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu milik Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim yang berjudul "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi kasus CV. Donat Madu Sihanjuang-Pekanbaru) yang hasil penilitiannya variabel kualitas pelayanan pada CV. Donat Madu sudah dinilai baik itu artinya setiap karyawan dan

[114] Wawancara bapak Suyanto pemilik bakso mama

[115] Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim, “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihonjuang Pekanbaru)”, (Jurnal, Universitas Riau, 2017), vol 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemilik usaha sudah memberikan pelayanan yang baik kepada setiap konsumennya.[116]

Untuk pertanyaan ke 5, sebanyak 17 responden memilih jawaban sangat setuju, 74 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih sangat tidak setuju. Dalam item ini pada variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen yang memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama mempunyai tata tertib kepada setiap karyawan harus menghormati setiap konsumen yang hendak ingin memesan bakso mama dan dengan adanya peraturan tentang tata tertib tersebut maka konsumen akan merasa puas terhadap kinerja karyawan bakso mama, hal tersebut sesuai dengan pendapat Mangkunegara yang berpendapat bahwa pengertian kinerja adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh karyawan baik secara kualitas maupun kuantitas sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan pada karyawan tersebut.[117] Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu milik Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Risqy Ridho Ilahi yang berjudul "Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator penggerak ekonomi" dengan hasil

[116] Ibid

[117]Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Rizqy Ridho Ilahi, “Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator pergerakan ekonomi”, (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019), vol 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitiannya lingkungan kerja fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja.[118]

Untuk pertanyaan ke 6, sebanyak 31 responden memilih jawaban sangat setuju, 59 responden memilih jawaban setuju, 6 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini pada variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan setiap konsumen yang ingin bekerja dibakso mama harus di *tranning* terlebih dahulu selama 3 bulan dengan tujuan supaya karyawan tersebut sudah terbiasa terhadap cara kerja, tata tertib dan lingkungan kerja yang ada di bakso mama, adanya *trainning* akan melatih karyawan tersebut untuk cara mengahadapi konsumen, cara berperilaku kepada konsumen dan sebagainya dan pada saat perektrutan karyawan baru bakso mama sangat teliti karena juga akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang ada. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Henry yang berpendapat bahwa pengertian dari pelatihan adalah proses sistematik pengubahan perilaku para karyawan dalam suatu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan operasional perusahan tersebut.[119] Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian terdahulu milik Indah Marjaya dan Fajar Pasaribu dengan judul penelitian "Pengaruh kepemimpinan, motivasi dan pelatihan terhadap kinerja pegawai" dengan hasil penelitian secara tidak langsung pengaruh kepemimpinan memberikan

[118]Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Rizqy Ridho Ilahi, “Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator pergerakan ekonomi”, (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019), vol 2

[119] Indra Marjaya dan Fajar Pasaribu, “Pengaruh Kepemimpinan, motivasi dan pelatihan terhadap kinerja pegawai”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan, 2019), vol 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengaruh yang positif terhadap motivasi dan pelatihan terhadap kinerja karyawan.[120]

Untuk pertanyaan ke 7, sebanyak 30 responden memilih jawaban sangat setuju, 57 responden memilih jawaban setuju, 8 responden memilih jawaban tidak setuju dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut karena dalam tata tertib karyawan yang ada di dalam bakso mama yang salah satunya berisi tentang setiap karyawan harus memenuhi keinginan konsumennya hal itu bertujuan supaya konsumen merasa dihargai dan dihormati saat berada dibakso mama, selain itu dengan adanya tata tertib tersebut juga meningkatkan kinerja para karyawan bakso mama. Hal itu juga sesuai dengan pendapat dari Mangkunegara yang berpendapat bahwa pengertian kinerja adalah hasil kerja dari karyawan baik secara kualitas dan kuantitas berdasarkan tanggung jawab yang dibebankan oleh karyawan tersebut,[121] hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu milik Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Risqy Ridho Ilahi yang berjudul "Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator penggerak ekonomi" dengan hasil penelitiannya lingkungan

[120]Indra Marjaya dan Fajar Pasaribu, “Pengaruh Kepemimpinan, motivasi dan pelatihan terhadap kinerja pegawai”, (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan, 2019), vol 2
[121]Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Rizqy Ridho Ilahi, “Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator pergerakan ekonomi”, (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019), vol 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kerja fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja.[122]

Untuk pertanyaan ke 8, sebanyak 30 responden memilih jawaban sangat setuju, 61 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Dalam item pertanyaan ini dalam variabel kualitas pelayanan mayoritas konsumen memilih jawaban setuju hal tersebut dikarenakan bakso mama mempunyai produk yang beraneka ragam sepeti bakso besar, bakso besar, bakso frozen dan sebagainya, hal itu bertujuan semata-mata untuk memuaskan konsumen sehingga konsumen bisa memilih produk mana yang akan dia beli sesuai dengan keinginannya. Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Handoko yang berpendapat bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dari suatu produk yang berdasarkan penilaian atas kesesuainnya dengan standar ukur yang telah diterapkan.[123] Hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Muhammad Nur Hidayat yang berjudul (analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada *brand* bakso Alex" dengan hasil penelitiannya variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli adalah variabel kualitas produk.[124]

---

[122]Nailin Nikmatul Maulidiyah dan Rizqy Ridho Ilahi, "Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator pergerakan ekonomi", (Jurnal, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019), vol 2

[123] Arif Dili Apriliyanto, "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai cekopi Mendungan Kartasura", (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)

[124] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Keragaman produk (X3)

Tabel 4.6
Analisis deskriptif berdasarkan keragaman produk

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS	Prensetase
1	Bakso mama memberikan berbagai macam menu bakso	27	60	9	0	100%
2	Konsumen merasa puas terhadap adanya berbagai macam menu bakso	33	57	6	0	100%
3	Bakso mama mempunyai berbagai macam kualitas bakso	31	57	8	0	100%
4	Kualitas dari bakso mama tidak kalah daribakso lain	24	67	5	0	100%
5	Bakso mama mempunyai varian menu yang berbeda	18	58	18	2	100%
6	Bakso mama selalu berinovasi	16	68	12	0	100%

Berdasarkan hasil data tabel 4.6 diatas pada variabel keragaman produk (X3) dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan ke 1, sebanyak 27 responden memilih jawaban sangat setuju, 60 responden memilih jawaban setuju, 9 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dari hal tersebut dapat diartikan bahwa berbagai macam varian menu yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menarik konsumen lebih banyak dari pada perusahaan yang tidak mempunyai banyak varian macam menu hal tersebut berdasarkan pendapat dari Utami yang berpendapat bahwa keragaman produk adalah banyaknya item pilihan yang terdapat diperusahaan tersebut maka akan banyak juga kedalaman produk diperusahaan tersebut,[125] hal tersebut dapat dibuktikan dari penelitian terdahulu milik Hendro Yuwono

[125] Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko king di Malang", (Jurnal, Universitas 17 Agustus Surabaya, 2017), vol 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan Syamswana Yuwana yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasaan konsumen pada toko king di Malang" yang hasil penelitiannya bahwa beragamnya produk yang ada di perusahaan tersebut dapat mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.[126]

Untuk pertanyaan ke 2, sebanyak 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 57 responden memilih jawaban setuju, 6 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen mempunyai kepuasaan tersendiri terhadap keragaman menu yang ditawarkan oleh bakso mama. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat dari Utami yang berpendapat bahwa keragaman produk adalah keragaman berbagai macam variasi menu yang disediakan oleh produsen ke konsumen.[127] Hal tersebut dapat dilihat dari penelitian terdahulu milik Bambang Agus Sumantri yang berjudul "Pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen caffe 0.3 PM Kediri" dengan hasil penelitiannya bahwa konsumen mempunyai kepuasan tersendiri terhadap berbagai macam menu yang ditawarkan oleh perusahaan dan variabel keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepusaan konsumen.[128]

---

[126]Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko king di Malang", (Jurnal, Universitas 17 Agustus Surabaya, 2017), vol 2
[127] Aditya Tito Ardana, "Peran store atmosphere, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen café 03. PM Kediri
[128] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk pertanyaan ke 3, sebanyak 31 responden memilih jawaban sangat setuju, 57 responden memilih jawaban setuju, 8 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dari hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berpendapat bahwa bakso mama telah menawarkan berbagai macam kualitas bakso kepada konsumennya sehingga konsumen merasa kualitas yang ditawarkan oleh bakso mama mempunyai stantard tersendiri dari produk bakso yang lain, yang tersebut sesuai dengan pendapat Handoko yang berpendapat bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dari suatu produk yang berdasarkan penilaian atas kesesuainnya dengan standar ukur yang telah diterapkan.[129] Hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Muhammad Nur Hidayat yang berjudul "analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada *brand* bakso Alex" dengan hasil penelitiannya variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli adalah variabel kualitas produk.[130]

Untuk pertanyaan ke 4, sebanyak 24 responden memilih jawaban sangat setuju, 67 responden memilih jawaban setuju, 5 responden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju. Untuk item pertanyaan tentang kualitas dari bakso mama tidak kalah dari bakso lain mayoritas konsumen memilih jawaban setuju dikarenakan bakso mama

[129]Arif Dili Apriliyanto, "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai cekopi Mendungan Kartasura", (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)
[130] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai slogan untuk setiap produknya yaitu "murah dan enak" nama murah didahulukan karena pemilik dari bakso mama mempuyai prinsip kalau makan yang murah itu banyak dan kalau makan yang murah dan enak itu sangat jarang ditemui dan mayoritas konsumen kalau ingin membeli produk pasti yang didahulukan adalah harganya, maka dari itu lah bakso mama mempunyai kualitas bakso yang tidak kalah dari bakso yang lain.[131] Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari Adi Sucipto yang berpendapat bahwa pengertian produk adalah segala hal yang ditawarkan, diminati, disukai dan dibeli oleh produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.[132] Pendapat tersebut juga sesuai dengan penelitan terdahulu milik Jesikha Inka Emor dkk yang berjudul "Pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen RM bakso Solo pak Eko di Tomohon" dengan hasil penitiannya secara persial kualitas produk memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di RM bakso Solo pak Eka di Tomohon.[133]

Untuk pertanyaan ke 5, sebanyak 18 responden memilih jawaban sangat setuju, 58 responden memilih jawaban setuju, 18 responden memilih jawaban tidak setuju, dan 2 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas konsumen mimilih jawaban setuju

---

[131] Wawancara bapak Suyanto pemilik bakso mama

[132] Rima Nurmalia Okatari dkk, “Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan kosnumen (studi kasus pada usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangon)”, (Jurnal, STIE Widyagama Lumajang, 2019), vol 2

[133] Jesikha Inka Emor dkk, “Pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen RM bakso Solo pak Eko di Tomohon”, (Jurnal, Universitas Sam Ratulangi, 2019), vol 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk item pertanyaan tentang bakso mama mempunyai varian menu yang berbeda hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa varian menu dari bakso mama berbeda dari bakso lainnya sehingga konsumen merasa adanya varian menu yang berbeda hak tersebut menunjukkan bahwa bakso mama mempunyai kedalaman tentang varian menu yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen, hak tersebut berdasarkan pendapat dari Philip Kotler yang berpendapat bahwa keragaman produk adalah kelengkapan produk, kedalaman produk luas produk dan kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen.[134] Teori tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu milik Husnul Karya yang berjudul "Pengaruh varian menu, harga dan suasana tempat terhadap kepuasaan konsumen warunk upnormal di kota Makassar" dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh varian menu, harga dan suasana tempat mempunyai pengaruh positif secara persial terhadap kepuasan konsumen warunk upnormal.[135]

Untuk pertanyaan ke 6, sebanyak 16 responden memilih jawaban sangat setuju, 68 responden memilih jawaban setuju, 12 reponden memilih jawaban tidak setuju dan 0 responden memilih jawaban sangat tidak setuju, dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memilih jawaban setuju untuk item pertanyaan bakso mama selalu berinovasi hal tersebut menunjukkan bahwa bakso mama selalu membuat inovasi produk baru yang tentunya untuk

[134] Huznul karya, “Pengaruh variasi menu, harga dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen warunk upnormal di kota Makassar”, (Skripsi, STIE Nobel Indonesia Makassar, 2019)
[135] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuat konsumen merasa puas terhadap produknya hal tersebut sejalan dengan pendapat Hill dan Sullivan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan harus menciptakan inovasi kepada produknya supaya konsumen tidak merasa bosan dengan produknya.[136] Dan hal tersebut diperkuat dengan penelitian milik Elwisam dan Rayahu Lestari yang berjudul "Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM" yang hasil penelitiannya bahwa inovasi produk secara kreatif berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha.[137]

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk menggali data pada saat melakukan penelitian.[138] Untuk pengukuran uji validitas data penelitian dilakukan dengan cara membandingan r hitung dengan r tabel. Kriteria penelitian validitas apabila jika pada taraf signifikansi 0,05 r hitung ≥ r tabel maka dapat dinilai bahwa item dari kuisioner tersebut bisa dikatakan valid dan begitupun sebaliknya jika taraf signifikansi 0,05 r hitung ≤ r tabel maka bisa dikatakan item kuisioner tersebut dinyatakan tidak valid.

---

[136]I Kadek Aristayasa dkk, "Pengaruh resepsi harga dan brand image tehadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen", (Jurnal, Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2020), vol 15
[137] Elwisam dan Rahayu Lestari, "Penerapan Strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM", (Jurnal, Universitas Nasional Jakarta, 2019), vol 4
[138]Sugiono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (Bandung, Alfabeta, 2019), 130

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.7
Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		keterangan
				Sig.	r hitung	
1	Y1	0,05	0,201	0,000	0,360	Valid
2	Y2	0,05	0,201	0,000	0,488	Valid
3	Y3	0,05	0,201	0,000	0,622	Valid
4	Y4	0,05	0,201	0,000	0,555	Valid
5	Y5	0,05	0,201	0,000	0,545	Valid
6	Y6	0,05	0,201	0,000	0,432	Valid
7	Y7	0,05	0,201	0,000	0,496	Valid
8	Y8	0,05	0,201	0,000	0,467	Valid
9	Y9	0,05	0,201	0,000	0,586	Valid
10	Y10	0,05	0,201	0,000	0,607	Valid
11	Y11	0,05	0,201	0,000	0,432	Valid
12	Y12	0,05	0,201	0,000	0,174	Tidak valid

Sumber : data primer, diolah dengan SPSS 23

Dari hasil pengujian dari tabel 4.7 diatas dengan menggunakan SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa dari hasil instrumen variabel kepuasan konsumen (Y) hampir secara keseluruhan bisa dinyatakan valid, dikarenakan hasil r hitung lebih besar dari hasil r tabel. Tetapi didalam item no Y12 tidak bisa dinyatakan valid dikarenakan jumlah r tabel lebih besar dari jumlah r hitung maka dari item tersebut tidak bisa dinyatakan valid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.8
Hasil uji validitas kualitas produk (X1)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		keterangan
				Sig.	r hitung	
1	X1.1	0,05	0,201	0,000	0,462	Valid
2	X1.2	0,05	0,201	0,000	0,561	Valid
3	X1.3	0,05	0,201	0,000	0,665	Valid
4	X1.4	0,05	0,201	0,000	0,495	Valid
5	X1.5	0,05	0,201	0,000	0,496	Valid
6	X1.6	0,05	0,201	0,000	0,424	Valid
7	X1.7	0,05	0,201	0,000	0,567	Valid
8	X1.8	0,05	0,201	0,000	0,699	Valid

Sumber: data primer, diolah dengan SPSS 23

Dari hasil pengujian tabel 4.8 diatas menggunakan SPSS 23, maka dapat disimpulkan bahwa hasil instrumen variabel kualitas produk (X1) secara keseluruhan bisa dinyatakan valid dikarenakan jumlah r tabelnya lebih besar dari jumlah r hitung dengan nilai signifikansi 0,000 dan lebih besar dari 0,05. Maka keseluruhan jumlah item kuisioner bisa dinyatakan valid.

Tabel4.9
Hasil uji validitasvariabel kualitas pelayanan (X2)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		keterangan
				Sig.	r hitung	
1	X2.1	0,05	0,201	0,000	0,551	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2	X2.2	0,05	0,201	0,000	0,631	Valid
3	X2.3	0,05	0,201	0,000	0,461	Valid
4	X2.4	0,05	0,201	0,000	0,680	Valid
5	X2.5	0,05	0,201	0,000	0,576	Valid
6	X2.6	0,05	0,201	0,000	0,641	Valid
7	X2.7	0,05	0,201	0,000	0,626	Valid
8	X2.8	0,05	0,201	0,000	0,681	Valid

Sumber: data primer, diolah dengan SPSS 23

Dari hasil tabel 4.9 diatas yang menggunakan SPSS 23, maka dapatdisimpulkan bahwa hasil instrumen kuisioner variabel kualitas pelayanan (X2) secara keseluruhan bisa dinyatakan valid dikarenakan jumlah r tabel lebih besar dari jumlah r hitung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih besar dari 0,005 maka keseluruhan jumlah kuisioner disetiap itemnya dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil uji validitas variabel keragaman produk (X3)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1	X3.1	0,05	0,201	0,000	0,657	Valid
2	X3.2	0,05	0,201	0,000	0,649	Valid
3	X3.3	0,05	0,201	0,000	0,524	Valid
4	X3.4	0,05	0,201	0,000	0,717	Valid
5	X3.5	0,05	0,201	0,000	0,639	Valid
6	X3.6	0,05	0,201	0,000	0,635	Valid

Sumber: data primer, diolah dengan SPSS 23

Dari hasil tabel 4.10 menggunkan SPSS 23, dapat diartikan bahwa untuk instrumen variabel keragaman produk (X3) secara keseluruhan dapat dinyatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

valid karena nilai r tabel lebih besar dari r hitung dengan nilai signifikansi 0,000 dan lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan jumlah item pada kuisioner bisa dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali uji reabilitas digunakan untuk mengukur tingkatan suatu kuisioner yang menjadi indikator pada suatu variabel, kuisioner bisa dikaitkan reabilitas atau handal apabila jawaban yang diberikan kepada responden dari pertanyaan tersebut cenderung konsisten dari waktu ke waktu[139].

Pengujian reabilitas dapat diterima apabila dapat memiliki nilai koefisien*Cronbach alpha*>0,60 apabila sudah melampaui nilai tersebut maka bisa dikatakan instrumen tersebut dinyatakan reabilitas atau handal[140].

Tabel 4.11
Hasil uji reabilitas

No	Indikator valiabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Kualitas produk	0,697	Reliabel atau diterima
2	Kualitas Pelayanan	0,664	Reliabel atau diterima
3	Keragaman Produk	0,740	Reliabel atau diterima
4	Kepuasan konsumen	0,700	Reliabel atau diterima

Sumber: data primer, diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil tabel 4.11 menggunkan SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen variabel variabel dinyatakan reliabel atau diterima dikarenakan nilai dari r Alpha lebih besar dari 0,60.

[139]Ghozali Imam, aplikasi analisis *multivariate* dengan program SPSS, 4 *ed*, (Semarang, Badan penerbit Universitas Diponegoro, t.t), hal 47
[140]ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji AsumsiKlasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat yang yang harus digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan dari setiap variabel yang dianalisis mengikuti pola persebaran atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogorov smirnov*. Dengan analisis data ketika nilai probalitas > 0,05 maka data tersebut bisa dikatakan normal, begitu pula sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak normal.[141] Hasil pengujian normalitas pada penelitian kali ini adalah:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,56027785
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,045
	Negative	-,044
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

[141]Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 137

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber : SPSS 23

Berdasarkan hasil tabel 4.12, pengujian normalitas pada tabel diatas menggunakan SPSS 23 dapat diketahui bahwa instrumen variabel penelitian kali ini dapat dinyatakan berdistribusi normal, dengan nilai signifikansi 0,200 >0,05 maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji mulitikolinearitas dilakukan untuk menghitung koefisien korelasi ganda kemudian dibandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui kesalahan standar estimas model dalam sebuah penelitian. Jika nilai VIF (*Variance Infaltion Factor)*< 10 atau nilai tolerance > 0,1 maka bisa disimpulkan tidak memiliki masalah multikolinearitas dan begitu pula sebaliknya.[142]

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Valiabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas produk	0,485	2,063	Tidak terjadi multikolineritas
Kualitas Pelayanan	0,395	2,395	Tidak terjadi multikolineritas
Keragaman Produk	0,468	2,138	Tidak terjadi multikolineritas

Sumber: SPSS 23

[142]Imam Gunawan, Pengantar statistika infereansial, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa variabel penelitian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk tidak terjadi multikolinearitas, karena bisa dilihat dari hasil tabel nilai *tolerance* lebih besar dari nilai VIF (*Variance Infaltion Factor)* dari setiap variabel penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, uji ini memiliki fungsi sebagai apakah adanya ketidaksamaan varian dari residual mulai dari pengamatan yang lain dalam model regresi linear. Jika tetap ada maka bisa disebut sebagai Homoskedastisitas tetapi jika tidak sama maka bisa dikatakan sebagai heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas yaitumelihat adanya kasus heteroskedastisitas yaitu dengan melihat dengan teknik uji koefisien korelasi *spearman's rho*, yaitu dengan cara mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Cara pengujiannya dengan cara menggunakan nilai signifikansi >0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikannya <0,05 maka dapat diartikan terjadi gejala heteroskedastisitas.[143]

[143] Priyatno, 2014:108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Correlations						
			X1	X2	X3	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,587**	,621**	,076
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,462
		N	96	96	96	96
	X2	Correlation Coefficient	,587**	1,000	,622**	-,020
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,847
		N	96	96	96	96
	X3	Correlation Coefficient	,621**	,622**	1,000	-,028

h

asil

uji

het

ero

ske

dast

isitas

Tabel 4.14

H

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,786
		N	96	96	96	96
	Y	Correlation Coefficient	,076	-,020	-,028	1,000
		Sig. (2-tailed)	,462	,847	,786	.
		N	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

i

Sumber:Sumber: SPSS 23

hasil uji *Spearmen's rho* pada table 4.14 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada semua instrumen penelitian pada variabel kualitas produk nilai signifikansi 0,462 > 0,05, pada variabel kualitas pelayanan nilai signifikansi 0,847 > 0,05 dan pada variabel keragaman produk niali signifikansi 0,786 > 0,05. maka dapat diartikan bahwa semua variabel bebas tidak terjadi gejala heteroskeastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Regresi linier berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah tiga variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan keragaman produk) atau lebih dan saru variabel terikat (kepuasan konsumen) akan memberikan pengaruh atau tidak. Berikut adalah hasil regresi linier berganda variabel bebas dan terikat:

Tabel 4.15
Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients[a]				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,304	3,073		4,330	,000
	X1	,225	,143	,169	1,567	,121
	X2	,532	,154	,386	3,443	,001
	X3	,290	,174	,187	1,673	,098
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: SPSS 23

Pada tabel 4.15 diatas menunjukkan pengolahan data hasil regresi linier berganda dan juga hasil perumpamaan regresi sebagai berikut:

Y= 13,304 (α) + 0,225 (X1) + 0,532 (X2) + -0,290 (X3)

Keterangan untuk regresi linier berganda dari analisis bergolahan data sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α): 13,304 merupakan besarnya pengaruh variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikatnya.
2. Nilai koefisien kualitas produk (X1): 0,225 dapat diketahui apabila kualitas produk bertambah satu, maka nilai kepuasan konsumen yaitu 0,225 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X2): 0,532 dapat diketahui apabila kualitas pelayanan bertambah satu, maka nilai kepuasan konsumen adalah 0,532 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
4. Nilai koefisien keragaman produk (X3): 0,290 dapat diketahui pada variabel keragaman bertambah satu, maka nilai kepuasan konsumen adalah 0,532 dengan asumsi seluruh variabel konstan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut adalah hasil hasil hipotesis dengan menggunakan uji persial dan uji simultan yang tujuannya adalah melihat diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah diasumsikan sebelumnya.

b. Uji T (Persial)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk) memberikan pengeruh secara persial atau terpisah terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).[144]Dasar pengambilan keputusan ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Dengan ketentuan nilai probabilitas signifikansi <0,05 atau T hitung > T tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka secara persial penelitian ini tidak memiliki pengaruh dan begitu pun sebaliknya.

Pada penelitian kali ini menggunan T tabel dengan jumlah responden 96 orang adalah 0,201

Tabel 4.16
Hasil uji T Persial

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,304	3,073		4,330	,000
	X1	,225	,143	,169	1,567	,121
	X2	,532	,154	,386	3,443	,001
	X3	,290	,174	,187	1,673	,098
a. Dependent Variable: Y						

[144]Imam Gunawan, Pengantar statistika infereansial, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber : SPSS 23

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel 4.16 diatas adalah sebagai berikut:

1. Uji hipotesis kualitas produk (X1)

   H_1: kualits produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat Denanyar Jombang.

   $H0_1$: kualitas produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat Denanyar Jombang.

   Pengaruh varibel kualitas produk (X1) secara persial terhadap kepuasan konsumen (Y) bakso mama pusat di Denanyar Jombang dapat dilihat pada tabel diatas yang mempunyai nilai dari signifikansi 0,121 > 0,05 maka pada variabel kualitas produk artinya H_1 ditolak dan H_{01} diterima, dan menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen (Y) di bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

2. Uji hipotesis kualitas pelayanan (X2)

   H_2: kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusatdi Denanyar Jombang.

   $H0_2$: kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

   Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) secara persial terhadap kepuasan konsumen (Y) di bakso mama pusat di Denanyar Jombang dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilihat padatabel diatas diketahui bahwa hasil signifikansi variabel kualitas pelayanan 0,001 < 0,05. Maka dapat diartikan H_2 diterima dan $H0_2$ ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen (Y) di bakso mama pusat Denanyar Jombang.

3. Uji hipotesis keragaman produk (X3)

   H_3: keragaman produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

   $H0_3$: keragaman produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

   Pengaruh variabel keragaman produk (X3) secara persial terhadap kepuasan konsumen konsumen (Y) bakso mama pusat di Denanyar Jombang dapat dilihat pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel keragaman produk 0,098 > 0,05. Maka dapat diartikan H_3 ditolak dan $H0_3$ diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keragaman produk (X3) tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen (Y) di bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

c. Uji F (simultan)

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, uji ini memiliki kegunaan untuk menguji keseluruhan apakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepuasan konsumen.[145] Dengan ketentuan apabila mempunyai nilai signifikansi <0,05 atau F hitung > F tabel, maka H0 ditolak dan H_1 diterima.[146] Dengan hasil perhitungan F tabel dalam penelitian ini yaitu2,70.

Tabel 4.17
hasil uji F simultan

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	495.677	3	165.226	25.653	.000[b]
	Residual	592.562	92	6.441		
	Total	1088.240	95			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada table 4.17 diatas adalah sebagai berikut:

H_4: kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk memberikan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama di Denanyar Jombang.

H_{04}: kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk tidak memberikan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

Dapat dilihat dari yang diperoleh dari tabel diatas dapat diartikan bahwa H_4 diterima dan $H0_4$ ditolak karena mempunyai mempunyai nilai F hitung. Sebesar 25,653 dan F tabel sebesar 2,70 (F hitung> F tabel) jadi dapat

[145]Ibid, 83
[146]Ghozali, Aplikasi analisis multivariate dengan program spss, 2018, 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disimpulkan dari tabel diatas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

d. Koefisien Determinasi (R2)

Menurut Ghozali menjelaskan, koefiensi determinasi mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh sebuah kemampuan setiap variabel independent yang ada. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari hasil *outputmodel summary* dan besarnya nilai koefisien determinasi atau R*square* yaitu antara 0-1.[147]

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675[a]	.455	.438	2.538
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: SPSS 23

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.18 diatas dari hasil koefisien diterminasi, nilai R *square* adalah 0,455 yang artinya ketiga variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen bakso mama di Denanyar Jombang sebesar 45,5% sedangkan 54,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel

[147]Ghozali, 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lainnya, seperti adanya faktor pesaing usaha sejenis dan tidak sejenis, kenyamanan konsumen, suasana gedai dan sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil uji yang dilakukan pada bab IV, berikut hasil pembahasan dari hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang"

A. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang

Berdasarkan hasil uji T untuk variabel kualitas produk (X1) yang dapat dilihat pada tabel 4.16 yang mempunyai nilai T hitung untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai signifikansi 0,121 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_{01} diterima,yang artinya variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di bakso mama pusat di Denanyar Jombang. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk dari bakso mama kurang cocok dilidah konsumen yang ingin terus mencoba inovasi baru dan rasa yang baru sehingga konsumen bosan dan kurang puas terhadap kualitas produk yang ada dibakso mama pusat di Denanyar Jombang.

Menurut pendapat Kotler dan Amstrong dengan pendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen.[148]Maka kualitas produk yang baik yang sesuai dengan keingginan konsumen dapat dengan mudah menarik banyak konsumen, sedangkan menurut pendapat Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki arti suatu kondisi dinamis yang mana berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkuangan yang memenuhi atau melibihi yang diharapkan oleh konsumen.[149]

Menurut Assuari kualitas produk memeliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu:[150]

a. *Market* (pasar)

Pada saat perusahaan terus menerus memperbaiki kesalahannya dalam memperbaiki kualitas produk yang ia jual, maka secara tidak langsung perusahaan tersebut juga akan memperluas pasarnya hingga bertaraf Internasional. Dengan produk yang mempunyai kualitas tinggi maka produk tersebut akan menyesuaikan dengan segmen pasar mana yang cocok untuk produk tersebut.

b. *Money* (uang)

Dengan bertambah jumlah usaha pesaing yang sejenis membuat laba perusahaan menurun, dengan waktu yang bersamaan membuat perusahaan harus merencakan strategi apa yang cocok untuk menghadapi masalah ini.

---

[148]Danu Setyo Nugroho, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dibakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri", (Jurnal, STIE AUB Surakarta, 2019),Vol 9

[149]Ervi Wihda Iratati, "Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk pixy lip cream", (Skripsi, UINSA Surabaya, 2019), hal 21

[150]Hadaita Rahmah, "pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sophie martin (stydi kasus pada mahasiswa di kota Surabaya), (Skripsi, UIN Surabaya, 2019), hal 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Disisi lain manajer dibidang kualitas produk harus berfikir keras supaya produknya tidak kalah saing dengan produk lainnya, oleh karena perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dengan cara menghemat biaya operasionalnya supaya bisa memperbaiki laba perusahaan.

c. *Managemant* (manajemen)

Tanggung jawab dalam mengelola sebuah perusahaan dibagi menjadi beberapa kelompok yang berperan dalam perusahaan tersebut. Ada yang sebagai manajemen operasional, manajemen perencanaan, manajemen produksi dan lain sebagainya. Dalam adanya berbagai macam fungsi manajemen yang ada dalam perusahaan tesebut, manajemen tersebut harus saling bekerja sama guna untuk menciptakan produk yang mempunyai kualitas tinggi supaya bisa diterima oleh konsumen dan tidak kalah saing dengan produk yang lain.

d. *Man* (manusia)

Dengan pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya meningkat maka secara otomatis angka permintaan terhadap suatu produk akan meningkat pula. Dengan demikian perusahaan bisa memanfaatkan hal tersebut supaya bisa memperbanyak jumlah produknya dan memperluas pasarnya, namun disisi lain perusahaan harus

tetap menjaga kualitas produknya supaya produk dari perusahaan tersebut tidak dipandang sebelah mata oleh konsumen.

e. *Motivation* (Motivasi)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam sebuah penelitian memberikan motivasi pada saat bekerja dapat berupa upah tambahan ataupun hanya sekedar pujian dari atasan perusahaan secara tidak langsung dapat memberikan semangat kerja bagi karyawan, hal tersebut bisa saja terjadi karena karyawan merasa dirinya dihargai atau dihormati saat dia bekerja dan dapat menjadi motivasi dan suasana kesenangan tersendiri saat bekerja. Hal tersbut juga akan akan berdampak pada perusahaan sehingga secara tidak langsung perusahaan akan juga dapat dampak positifnya seperti kualitas produk barang makin bagus, loyalitas karyawan dan sebagainya.

f. *Material* (Bahan)

Untuk menimalisir membekakan biaya perusahaan harus selektif mungkin dalam memilih bahan baku yang akan diproduksinya, namun perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas barang yang akan dijual kepada konsumennya.

g. *Marchine and Mecanizatiion* (Mesin dan Mekanik)

Dengan jumlah permintaan yang terus meningkat perusahaan harus bisa merawat mesin produksinya supaya tidak cepat rusak, namun perusahaan harus tetap memenuhi kebutuhan konsumennya. Barang yang mempunyai kualitas tinggi biasanya membutuhkan proses produksi yang cukup rumit sehingga membutuhkan waktu yang lama dan mesin yang lebih modern, untuk mengatasi hal tersebut dibutuhkan tenaga ahli dibidangnya seperti operator mesi produksi dan mekanik untuk merawat mesin produksi secara rutin.

h. *Modern Information metode* (metode informasi modern)

Dengan perkembangannya teknologi yang semakin modern membuat kinerja perusahaan sedikit ringan, karena dengan hal tersebut perusahaan dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan mudah untuk mencari informasi, menyimpan data perusahaan, mengumpulkan data perusahaan dengan jumlah yang tidak bisa dibayangkan. Dengan adannya kemajuan teknologi dapat lebih perusahaan dalam memproduksi barangnya hingga dengan mudah juga bisa sampai ditanggan konsumen.

Hasil penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian milik Rosa Lesmana dan Ratnasari (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen.

B. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang

Berdasarkan hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang yang dapat dilihat nilai signifikansi 0,001< 0,05 yang artinya H_2 diterima dan H_{02} ditolak, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang. Dari hasil tersebut juga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di bakso mama pusat sudah baik dan harus di tingkatkan lagi supaya konsumen sangat puas terhadap pelayanan yang ada di bakso mama.

Menurut Tjiptono kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginannya atau kebutuhannya. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengertian pelayanan menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson perpendapat bahwa pelayanan adalah perilaku atau sikap penjual kepada pembeli untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya yang telah diharapkan oleh pelanggan.[151]Menurut Kotler kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen kepada perusahaan terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.[152]

Dalam segi kualitas pelayanan bakso mama selalu memberikan yang terbaik kepada karyawannya supaya karyawan merasa nyaman saat berada dibakso mama hal tersebut dibuktikan dengan adanya tata tertib untuk para karayawannya diantara adalah setiap karyawan harus menghormati setiap konsumen, setiap karyawan harus bersikap ramah dan sopan kepada setiap konsumennya dan sebagainya. Dengan adanya tata tertib tersebut diharapkan setiap karyawan mematuhinya dan dijalankan dengan sebaik-baiknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penetian milik Avi Riztanto (2019) kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

---

[151]Reza Ryandi, "Analisis pengaruh kesadaran merek, kergaman menu, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di pizza hut DP mall Semarang", (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2016), hal 23

[152]Tuti Komariah, "pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasaan pelanggan (Studi kasus pada koperasi bangun sejahtera ditjen kuathan kemhan RI Jakarta Pusat), (Jurnal, Universitas Respati Indonesia, 2016), vol 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang

Berdasarkan hasil uji T untuk variabel keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama di Denanyar Jombang yang dapat dilihat pada tabel 4.16 diatas yang mempunyai nilai signifikansi 0,098 > 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H_3 ditolak dan H_{03} diterima, sehingga dapat disumpulkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang. Dari analisis data diatas menunjukkan bahwa dengan adanya tidak adanya keragaman produk dibakso mama pusat tidak akan berdampak pada kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian milik Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana (2017) yang menyatakan bahwa keragaman produk memberikan pengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen.

D. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang

Berdasarkan dari hasil uji F pada tabel 4.17 yang mempunyai nilai F hitung 25,653 > F tabel sebesar 2,70 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultas terhadap kepuasan konsumen.

Pada tabel 4.18 diatas dari hasil koefisiensi determinasi (R2), nilai dari R *square* adalah 0,455 yang artinya bahwa variabel kualitas produk, kualitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen bakso mama di Denanyar Jombang sebesar 45,5% sedangkan 54.5% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti variabel harga, *atmosphere store*, lokasi dan sebagiainya.

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah diberikan kepada konsumen bakso mama, dapat diketahui bahwa konsumen merasa puas terhadap kualitas produk dari bakso mama hal tersebut dikarekan bahwa bakso mama mempunyai resep rahasia yang berasal dari keluarga pak Suyanto (pemilik bakso mama) resep tersebut sudah dipertahankan sampai saat ini sehingga kualitas produk di bakso mama dari dulu sampai sekarang tetap sama. Semetara itu dari kualitas pelayanan bakso mama selalu berhati-hati dalam merektruk setiap karyawannya dan akan diseleksi ketat sehingga dari hasil tersenut akan memberikan kualitas pelayanan yang telah diharapkan oleh pemilik bakso mama dan konsumen. Dalam segi keragaman produk bakso mama selalu berinovasi terhadap setiap produknya hal tersebut dikarenakan supaya konsumen merasa tidak bosan terhadap menu yang telah tersedia dibakso mama.

Kepuasan menurut Kotler dan Keller dalam sebuah jurnal adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka.[153] Sementara itu pengertian kepuasan konsumen menurut Umar adalah tingkat perasaan kecewa konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dengan yang

[153]Cindy Phasalita Widayatma, "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*", (Jurnal, UNTAG Semarang, 2018) , vol 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diharapkan oleh konsumen.[154]Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen mempunyai pengertian situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan.[155]

[154]Felinda Frika Astuti dkk, "Pengaruh variasi menu dan citra rasa, persepsi harga, kebersihan terhadap kepuasan kosumen pada rumah makan duta minang, (Jurnal, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 2019), vol 3

[155]Dwi Aliyyah Apriyani, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", (Jurnal, Universitas Brawijaya, 2017), vol 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah ada di bab sebelumya maka penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan keragaman produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang, hal tersebut dikarenakan nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,121 > 0,05 maka H_1 ditolak dan H_{01} diterima dan untuk variabel keragaman produk mempunyai nilai signifikansi 0,98 > 0,05 maka H_3 ditolak dan H_{03} diterima. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denanyar Jombang, hal tersebut dikarenakan nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,01 < 0,05 maka artinya H_2 diterima dan H_{02} ditolak.
2. Berdasarkan hasil analisis dari uji F secara simultan, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen bakso mama pusat di Denayar Jombang, hal tersebut dikarenakan nilai F hitung 25,653 > F table 2,70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, analisis dan kesimpulan dalam penelitian kali ini, maka terdapat saran yang dapat disampaikan sebagi berikut:

1. Bagi Perusahaan
   a. Pembertahankan kualitas produk ada sejak dahulu, meningkatkan kualitas produk seiring dengan perkembangan zaman, karena konsumen cepat bosan terhadap kualitas produk yang telah ada.
   b. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan di bakso mama karena dengan adanya kualitas pelayanan yang semakin baik maka secara otomatis konsumen semakin puas terhadap pelayanan dari bakso mama.
   c. Terus berinovasi terhadap keragaman produk karena dengan semakin macam produk yang dijual maka konsumen akan semakin banyak pilihan untuk memilih produk yang ingin dibeli, serta konsumen akan tidak mudah bosan terhadap produk yang sudah ditawarkan.
2. Bagi Peneliti Selanjutya

   Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas dan menabahkan variabel baru yang sudah adatau menambahkan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti citra merek, harga, *atmosphere store* dan sebagainya. Sehingga dapat memberikan gambaran yang baik untuk peneliti selanjutya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Tito Ardana, "Peran *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap konsumen cafe 03. PM Kediri", Artikel, vol 2, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018

Aloysius Rangga, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan", Jurnal vol 4, STIE AUB Surakarta, 2019

Bagus Handoko, "Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan", jurnal, STIE Harapan Medan, 2017, vol 18

Cindy Phasalita Widayatama, "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*", jurnal, Untag Semarang, 2018, vol 7

Danang Suryanto, "Metodelogi penelitian akuntansi", Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013

Danu Setyo, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di bakso dan mie ayam pak kumis Wonogiri", Jurnal vol 9, STIE AUB Surakarta, 2019

Dudun Sanuri, "Pengaruh kualitas produk, harga, *word of mouth* dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada bakso dan mie ayam cak Jay Surabaya", Jurnal vol 10, Universitas Katolik Darma Cendikiawan, 2018

Dwi Aliyyah Apriyani, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", jurnal, Universitas Brawijaya, 2017, vol 51

Echa Febri dkk, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dibakso mama 1 Jombang", Jurnal, UNHASY, 2019, vol 10

Eka Giovana Asti, "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan hargaterhadap kepuasan konsumen", jurnal, Universitasa pelita Bangsa, 2020, vol 1

Elinawati Susi dkk, "Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalalitas pelanggan mobil suzuki ertiga", jurnal, Universitas Ratulangi, 2017, vol 5

Ervi Wihda Iratati, "Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk pixy lip cream", Skripsi, UINSA Surabaya, 2019

Farikh Masruri dkk, "Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal, Universitas Maarif Hasyim, 2019

Felinda Frika Astuti dkk, "Pengaruh variasi menu, perpepsi harga, kebersihan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan duta minang Jl. Brigjen Katamso", jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020

Freddy Rangkati, "Riset Pemasaran", Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Freekey Steyfli Maramis, “Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AIR Manado”, Jurnal, EMBA, 2018

Ghozali Imam, “Aplikasi analisis *multivariate* dengan program SPSS”, 4 ed, Semarang, badan penerbit Universitas Diponegoro, t.t

Giffin, jill, *customer*, loyalti, Jakarta: Erlangga, 2005

Hendro Yuwono, “Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada toko king Malang”, Jurnal vol 2, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2017

Imam Gunawan, “Pengantar statistika infereansial”, Jakarta: PT. Raja Gramedia Persada, 2016

Indah Nur Ayni, “Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan batik cap Jenogoroan”, Skripsi, UINSA Surabaya, 2019

Jaka Atmeja, “Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pelanggan Bank BJB”

Juwita Puspa Sari, “Analisis pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada waroeng spesial sambal “SS” cabang Golinan”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020

Maria Kristiana, “Pengaruh *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen *cafe heerlijk gelato* perpustakaan bank Indonesia Surabaya”, jurnal, Universitas Negeri Surabaya, 2017, vol 1

Mailani Ulfa, Ririmayliza, “Pengaruh pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PDAM kota Padang”, Jurnal, STIE KBR, 2019

Mentari Kasih Librio, “Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk di Purbasari lipstick matte”, Skripsi, 2018

Mohd. Farid, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan (studi kasus pada perusahaan JNE cabang Padang)”, Jurnal, STIE KBR, 2019

Muhammaad Iqbal Wahyudi, “Pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian”, skripsi, 2019

Muhammad Syairozi, “Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di LKMS hubbul waton Sumowono Semarang”, Skripsi, IAIN, 2016

Purnomo Edwin Setyo, “Pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan konsumen *Best Autoworks*”, jurnal, Universitas Ciputra Surabaya, vol 1

Reza Ryandi, “Analisis pengaruh kesadaran merek, keragaman menu, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di pizza hut DP mall Semarang”, Skripsi, Universitas Diponegoro, 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rida Andriaya, "Pengaruh keragaman produk, *atmosphere* toko dan lokasi terhadap keputusan konsumen Trimitramart Kediri", Artikel vol 4, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017

Rini Kurniawati, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan Murabahah pada bank BRI syariah KCP Ngawi, Skripsi, 2019

Rossa Lesmana, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Radekatama Piranti Nusa", Jurnal pemasaran komperatif, 2019, vol 2

Sari Puji Astuti, "Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pelanggan Telkomsel di kota Yogayakarta), Skripsi, STIE yayasan keluarga pahlawan negara Yogyakarta, 2019

Siti Humairoh, "Pengaruh lokasi, keragaman produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PM *collection* Pekanbaru", skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019, hal 38

Sri Wilujeng, "Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko modern Indomart Kecamatan Sukun kota Malang, Jurnal vol 11, 2016

Stanley Lemeshow et al, "Bsar sampel dalam penelitian kesehatan", Yogyakarta: Gajah Mada *university press*, 1997

Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif R&D", Bandung: Alfabeta, t,t

Tias Windarti, "Pengaruh kualitas produk dan kualitasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu", Jurnal, FISIP Universitas Riau, 2017

Tuti Komariah, "Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada koperasi bangun sejahtera Ditjen Kuathan RI Jakarta Pusat)", Jurnal vol 8, Universitas Respati Indonsia, 2016

Wawancara bapak Suyanto (pemilik bakso mama pusat)

www.pengertiankergaman.wikipedia.co

Zainal Afandi, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada rumah makan gule kepala ikan mas Agus Madiun", Jurnal vol 6, STIE Dharma Iswara Madiun, 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id