

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Bakso Rosak Desa Silo)

**Suci Rahma Dini**  
Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Jember  
[sucirahmadini2512@gmail.com](mailto:sucirahmadini2512@gmail.com)

**Maheni Ika Sari**  
Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Jember  
[maheni@unmuhjember.ac.id](mailto:maheni@unmuhjember.ac.id)

**Ahmad Izzudin**  
Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Jember  
[izzudin@unmuhjember.ac.id](mailto:izzudin@unmuhjember.ac.id)

## ABSTRACT

*In the current business era, competition in the business world is getting tougher. This increasingly fierce competition requires business people to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. One business that also feels the current tight competition is the meatball stall rosak Silo. The increasingly fierce competition is marked by the increasing number of stalls or restaurants that provide many food menus and of course also much in demand by the public, especially meatballs. This study aims to determine the effect of product quality, price and location on customer satisfaction. The sample used in this study was 110 respondents with the Accidental Sampling method with data collection techniques through the distribution of questionnaires. The analysis used is instrument data analysis (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t test and F test), and coefficient analysis. multiple determination. The results of multiple linear regression analysis show that product quality (0.084), price (0.001), location (0.368), which means that all product quality, price and location variables have a positive effect on customer satisfaction. Based on the results of the t test, it is known that product quality (0.020), price (0.032), location (0.000) means that partially significant influence on customer satisfaction. So it can be concluded that product quality, price and location have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Location, Customer Satisfaction*

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap evaluasi antara harapan sebelum pembelian serta sesudah pembelian yang dipersepsikan setelah pelanggan membeli produk tersebut. Kepuasan pelanggan tersebut dapat diwujudkan dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang terjangkau dan mendirikan usaha yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Pada era bisnis seperti saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk

mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan konsumennya. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Negara, 2019).

Kualitas produk adalah karakter atau sifat yang dimiliki oleh sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang. Menurut Kotler pada Pusparani dan Rastini (2015) semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Selain kualitas produk, harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Menurut Andi (2015) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan karena harga juga termasuk faktor berikutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi merupakan tempat tempat yang menjadi pusat kegiatan usaha. Utami (2012) menjelaskan bahwa lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Sunyoto (2015) Lokasi diartikan adalah lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian adalah lokasi yang mudah dijangkau. Karena lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen menarik banyak konsumen untuk mengunjungi, lokasi yang strategis memudahkan konsumen untuk mengunjungi sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian kembali.

Pada era bisnis seperti saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan konsumennya. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Negara, 2019). Salah satu bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah warung bakso rosak Silo. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya warung-warung atau rumah makan yang menyediakan banyak menu makanan dan tentunya juga banyak diminati oleh masyarakat khususnya bakso. Di desa Silo terdapat warung bakso seperti, bakso barokah, bakso solo, bakso rosak dan bakso sultan. Kualitas dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan

tersendiri bagi setiap warung, hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola warung untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing unggul dibanding dengan kompetitornya. Berikut adalah pendapatan bakso rosak, bakso barokah, bakso solo dan bakso sultan pada bulan Agustus - Desember pada tahun 2021.

**Tabel 1** Pendapatan kotor Bakso Rosak, Bakso Barokah, Bakso Solo dan Bakso Sultan pada bulan Agustus - Desember Tahun 2021 Dalam satuan upiah

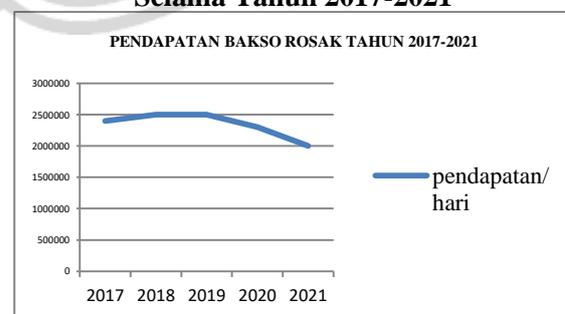
Bulan	Bakso Rosak	Bakso Barokah	Bakso Solo	Bakso Sultan
Agustus	60.000.000	30.000.000	24.000.000	18.000.000
September	60.000.000	30.000.000	30.000.000	24.000.000
Oktober	45.000.000	36.000.000	24.000.000	18.000.000
November	45.000.000	45.000.000	24.000.000	18.000.000
Desember	45.000.000	45.000.000	24.000.000	21.000.000

Sumber : Bakso Rosak, Bakso Barokah, Bakso Solo dan Bakso Sultan

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa pendapatan dari bakso rosak, bakso barokah, bakso solo dan bakso sultan pada bulan Agustus – Desember lebih besar pendapatan dari bakso rosak dibandingkan dengan bakso barokah, bakso solo dan bakso sultan yang membuktikan bahwa bakso rosak lebih unggul. Warung bakso rosak di desa Silo merupakan salah satu warung bakso yang populer di desa Silo yang memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing lainnya.

Pendapatan warung bakso bakso rosak silo selama lima tahun. Berikut ini merupakan rincian data perkembangan pendapatan bakso rosak selama tahun 2017-2021.

**Gambar 1** Pendapatan Bakso Rosak Silo Selama Tahun 2017-2021



Sumber : Bakso Rosak Silo

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa bakso rosak mengalami *fluktuasi* dari tahun 2017 sampai dengan 2021. Namun pada tahun 2020 bakso rosak mengalami penurunan

pendapatan hal ini dikarenakan bakso rosak mengalami persaingan yang kompetitif yang berasal dari bakso barokah. Faktor harga juga menjadi penyebab penurunan pendapatan bakso rosak karena harga dari bakso rosak menjadi naik dan lebih mahal dari bakso lainnya. Selain faktor kualitas produk dan harga, faktor lokasi dari bakso rosak silo yang sempit serta tempatnya yang ramai menyebabkan pelanggan tidak puas. Kualitas produk di bakso rosak seiring berjalannya waktu berubah dari segi penampilan ukuran serta juga rasa tidak seperti dulu. Dari segi harga bakso rosak juga menaikkan harga bakso per porsi serta bakso rosak juga menambah varian lainnya. Faktor kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha warung bakso.

## 2. METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menekankan pada teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur variabel. Berdasarkan karakteristik masalah. Penelitian merupakan penelitian deskriptif yang merupakan penelitian terhadap masalah yang berupa fakta-fakta dari suatu populasi mengenai persepsi konsumen tentang kualitas produk, harga dan lokasi dari bakso rosak silo.

### Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2016) variabel merupakan segala sesuatu yang bentuknya apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti adalah kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Adapun variabel-variabel yang akan diteliti :

### Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut variabel

*stimulus, predictor*, ataupun penyebab. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menjadi penyebab berubahnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono,2011). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah : 1. Kualitas Produk (X1) 2. Harga (X2) 3. Lokasi (X3).

### Variabel Terikat

Variabel terikat sering juga disebut sebagai variabel *output*, kriteria serta konsekuen. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi ataupun yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2011). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y)

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel nantinya akan menjelaskan apa saja yang akan dilakukan. Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel kualitas produk, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang beroperasi dengan urutan.

#### 1. Kualitas produk (X1)

Kualitas produk adalah salah satu dari faktor terpenting dalam menjalankan suatu bisnis, dimana kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen serta masa depan bisnis usaha. Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel kualitas produk adalah menggunakan skala ordinal. Indikator kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2014) adalah :

1. Karakteristik produk, bakso rosak mempunyai karakteristik kering dan berurat
2. Kesan kualitas, kualitas bahan bakso rosak terjamin
3. Rasa produk, rasa dari bakso rosak enak
4. Tampilan produk, tampilan bakso rosak baik

#### 2. Harga (X2)

Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang jasa tersebut. Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel harga adalah menggunakan

skala ordinal. Menurut Kotler (2016) Indikator yang digunakan untuk mengukur harga yaitu :

1. Harga yang sesuai dengan kualitas produk, didalam bakso rosak harga yang disajikan sesuai dengan kualitas produk
2. Keterjangkauan harga produk, harga yang disajikan dalam bakso rosak terjangkau

### 3. Lokasi (X3)

Lokasi merupakan tempat pelayanan jasa dimana suatu perusahaan melakukan operasi kegiatannya. Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel lokasi adalah menggunakan skala ordinal. Indikator Lokasi menurut Tjiptono (2015) yaitu:

1. Kemudahan untuk mencari lokasi, tempat bakso rosak mudah dilihat
2. Akses untuk menuju lokasi, jalan menuju bakso rosak ramai

### 4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan adalah ciri-ciri dari produk itu sendiri, untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan nilai maka produk harus mempunyai keistimewaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel kepuasan pelanggan adalah menggunakan skala ordinal. Indikator kepuasan pelanggan menurut Suwardi (2011) adalah :

1. Pembelian produk memuaskan, pelanggan merasa puas dengan bakso rosak
2. Kesesuaian, kualitas bakso rosak sesuai dengan harga
3. *Word of mouth*, pelanggan akan mengatakan hal baik tentang bakso rosak kepada orang lain

### Jenis Data

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung di tempat penelitian. Data ini diambil dengan teknik menyebarkan kuesioner kepada pelanggan bakso rosak silo untuk memperoleh tanggapan responden terhadap atribut-atribut penelitian yang akan diuji.

### Teknik Pengambilan Sampel

#### Populasi

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung bakso

rosak silo.

### Sampel

Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus *Hair*. Menurut Rumus *Hair* (2010) apabila ukuran sampel terlalu besar misal 400, maka metode menjadi sensitif dan sangat sulit untuk mendapatkan ukuran yang baik. Sehingga disarankan ukuran sampel minimum 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 110 orang yang berasal dari pelanggan bakso rosak. Dengan indikator sebanyak 11 buah dikali 10. Jadi, melalui rumus tersebut didapat jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 110 orang yang berasal dari pelanggan bakso rosak.

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2016)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

Bakso rosak Silo terletak di Dusun Pertelon Rt 03 / Rw 01 Desa Silo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Bakso rosak didirikan oleh Pak Suyanto pada tahun 2004. Awalnya Pak Suyanto berjualan keliling pada tahun 1998, dan pada tahun 2004 pak Suyanto berhasil mendirikan usaha bakso dengan gerobak dengan modal awal Rp. 2.800.000. 6 bulan kemudian Pak Suyanto membuat ruko dan membeli tanah dengan modal awal Rp.6.800.000. Modal awal tersebut diperoleh secara kredit yang dicicil selama 2 tahun. Saat ini bakso rosak telah berkembang dengan pesat karena rasanya yang enak. Nama bakso rosak berasal dari bentuk bakso yang tidak bulat (Rusak) karena kesalahan pembuatan di tahun 2004, sehingga masyarakat menyebutnya dengan nama bakso. Resep bakso rosak dibuat sendiri oleh Pak Suyanto. Jenis bakso rosak pada tahun 2004 hanya 1 jenis yakni bakso biasa. Saat ini terdapat 3 jenis bakso rosak

yaitu bakso rosak biasa sedang, bakso rosak biasa besar, dan bakso rosak rusuk. Rata-rata pengunjung yang datang setiap harinya sebanyak 30 orang.

Kualitas produk dari bakso rosak sendiri menggunakan bahan yang berkualitas yaitu dengan daging sapi dengan kualitas terbaik tanpa campuran daging ayam. Hal ini dipilih agar dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dengan mengkonsumsi bakso rosak yang lembut dan gurih karena tanpa bahan pengawet dan bahan pengenyal.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan bakso rosak yang sudah mencoba bakso rosak minimal 2 kali dan berhasil bertemu dengan peneliti. Data sampel berhasil dikumpulkan selama 9 hari sebanyak 110 orang. Pelanggan yang mengisi kuisioner adalah orang dewasa baik itu berjenis laki maupun perempuan.

#### **Kualitas Produk Bakso Rosak Silo**

Kualitas produk dari bakso rosak sendiri menggunakan bahan yang berkualitas yaitu dengan daging sapi dengan kualitas terbaik tanpa campuran daging ayam. Kualitas bakso sangat ditentukan oleh kualitas daging, jenis tepung yang digunakan. Tepung yang digunakan untuk pembuatan bakso rosak adalah tepung tapioka. Tepung tapioka banyak digunakan sebagai bahan pengental dan bahan pengikat dalam industri makanan. Perbandingan banyaknya daging dan tepung yang digunakan untuk membuat adonan, serta pemakaian jenis bahan tambahan yang digunakan, misalnya garam dan bumbu-bumbu seperti bawang merah, bawang putih, merica halus juga berpengaruh terhadap kualitas bakso segar. Es atau air es juga menjadi bahan pelengkap dalam pembuatan bakso. Es ini berfungsi untuk menjaga elastisitas daging, sehingga bakso yang dihasilkan akan lebih kenyal. Penggunaan daging yang berkualitas tinggi dan tepung yang baik disertai dengan perbandingan tepung yang besar dan penggunaan bahan tambahan makanan yang aman serta cara pengolahan yang benar akan dihasilkan produk bakso yang berkualitas baik. Bakso yang berkualitas baik dapat dilihat dari tekstur, warna dan rasa. Teksturnya yang halus, kompak, kenyal dan empuk. Halus yaitu permukaan irisannya rata, seragam dan serat dagingnya tidak tampak. Hal ini dilakukan oleh pemilik bakso rosak Silo agar dapat

memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dengan mengkonsumsi Bakso Rosak yang lembut dan gurih karena tanpa bahan pengawet dan bahan pengenyal.

Proses pembuatan bakso rosak Silo seperti pada umumnya terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, proses penghancuran dan pelumatan daging dengan cara mencacah, menggiling, atau mencincang sampai halus. Pada proses penggilingan daging perlu menambahkan es atau air es. Hal ini dilakukan agar mempertahankan suhu akibat gesekan mesin giling serta untuk menghasilkan emulsi yang baik. Setelah proses penggilingan, tahap kedua adalah pembuatan adonan. Proses ini dapat dilakukan dengan mencampurkan seluruh bahan seperti daging, tepung dan bumbu lainnya yang diaduk sampai tercampur rata sehingga bahan tersebut menjadi adonan yang kental. Ketiga, proses pencetakan bakso dengan menggunakan alat pencetak bakso dan dengan tangan. Cara pencetakan bakso dengan tangan mengambil adonan dengan tangan kiri dan digenggam dengan jari telunjuk dan ibu jari membentuk lingkaran sebesar bakso yang diinginkan, lalu tiga jari yang lain mengeratkan genggamannya sehingga adonan keluar melalui lubang yang terbentuk antara jari telunjuk dan ibu jari tersebut. Kemudian tangan kanan dengan menggunakan sendok memotong adonan yang keluar tersebut. Serta, proses terakhir adalah perebusan. Perebusan bakso dilakukan pada suhu 70-80°C. Agar bakso tidak saling lengket atau menempel satu sama lainnya, ke dalam air perebus ditambahkan beberapa sendok minyak goreng. Bakso yang matang akan mengapung ke permukaan.

#### **Harga Bakso Rosak Silo**

Harga bakso rosak pada tahun 2004 sebesar Rp 4000. Namun, seiring perkembangan waktu dengan harga bahan baku yang selalu meningkat maka harga bakso rosak mulai bervariasi. Penetapan harga bakso rosak dilihat dari jenis bakso yang dikonsumsi. Harga bakso rosak yang paling murah adalah jenis bakso rosak biasa dengan ukuran sedang. Sedangkan untuk harga bakso rosak yang paling mahal yakni bakso rosak rusuk karena bakso jenis tersebut menambahkan ekstra daging sapi pada produknya.

Bakso Rosak mempertimbangkan beberapa hal atau faktor penting dalam menetapkan harga jual. Pertama, yaitu

pelanggan dari Bakso Rosak yang merupakan sebuah prioritas bahwa harga jual yang ditetapkan dapat diterima oleh pelanggan. Artinya, harga menentukan kualitas bahwa harga menentukan kualitas yang diberikan kepada pelanggan.

Kedua, pesaing Bakso Rosak juga menjadi faktor penting dalam menetapkan harga jual. Pemilik Bakso Rosak juga perlu melihat harga jual yang ditawarkan oleh pesaing yang juga menjual produk bakso. Artinya, Bakso Rosak memperhatikan tingkat keuntungan. Jika tingkat keuntungan yang telah ditetapkan menyebabkan harga terlalu mahal, maka pemilik akan menurunkan tingkat keuntungan tersebut.

Faktor yang ketiga adalah biaya. Faktor ini merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual produk. Oleh karena itu, pemilik Bakso Rosak dengan cermat dan teliti untuk menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Apabila ada biaya yang tidak terhitung, maka harga yang ditetapkan tidak tepat sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan atau akan menyebabkan kerugian.

Faktor yang terakhir adalah kemanfaatan dari Bakso Rosak. Pemilik Bakso Rosak juga mempertimbangkan harga yang ditetapkan apakah sudah sesuai atau belum. Dikatakan sesuai apabila harga dapat memberikan keuntungan yang diharapkan. Jika keuntungan yang diharapkan dapat tercapai, maka akan mempermudah dalam mengembangkan usaha Bakso Rosak seperti saat ini.

#### **Lokasi Bakso Rosak Silo**

Lokasi bakso rosak yang terletak di Desa Silo ini tepat berada dekat dengan jalan raya. Banyak pelanggan yang sudah mengenal bakso rosak. Tak heran, jika konsumen melewati lokasi tersebut mereka berkunjung untuk menikmati bakso rosak. Lokasi bakso rosak juga sudah tersedia di google maps, sehingga memudahkan konsumen dari luar kota untuk mengunjungi bakso rosak jika penasaran dan ingin menikmati produk yang ditawarkan. Hal ini juga menjadi strategi bakso rosak untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat luar daerah.

Strategi bakso rosak dalam memilih lokasi sangat baik. Lokasi bakso rosak terletak pada pemukiman yang memiliki kepadatan cukup tinggi. Hal ini berpotensi memiliki

peluang pasar yang besar meskipun berada di sebuah desa. Lokasi ini juga dilalui oleh banyak pengendara yang berlalu lalang. Semakin tinggi tingkat mobilitas di lokasi tersebut, maka semakin tinggi pula kesempatan orang untuk mengunjungi bakso rosak. Lokasi bakso rosak memiliki akses yang mudah bagi para konsumen. Meskipun berada di desa, tetapi lokasi bakso rosak juga mudah terlihat oleh konsumen. Selain itu, lokasi bakso rosak juga terletak dengan tingkat kompetisi yang rendah. Pada lokasi tersebut, tidak terdapat pesaing dari bakso rosak sehingga hanya terdapat bakso rosak yang menjual produk berupa bakso.

#### **Hasil Instrumen Data**

##### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid jika kuesioner mampu sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu sendiri. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi yang diperoleh antara nilai dari pertanyaan-pertanyaan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua dinyatakan valid karena setiap indikator memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghazali (2012) bahwa suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada dibawah 0,05.

##### **Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas adalah alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reable* atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dalam waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena semua variabel mempunyai koefisien Alpha diatas 0,60. Artinya pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghazali (2012) kuesioner dikatakan *reable*(layak) jika *cronbach's alpha* > 0,06 serta dikatakan tidak *reable* (layak) jika *cronbach's alpha* < 0,06.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Hasil uji normalitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2** Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kepuasan Konsumen
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	12,81
	Std. Deviation	1,145
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,196
	Negative	-,149
Test Statistic		,196
Asymp. Sig. (2-tailed)		,300 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,3 yakni diatas 0,05. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghozali (2011) bahwa untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan ujistatistik Kolmogorov-Smirnov Test Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05.

**Uji Multikolinearitas**

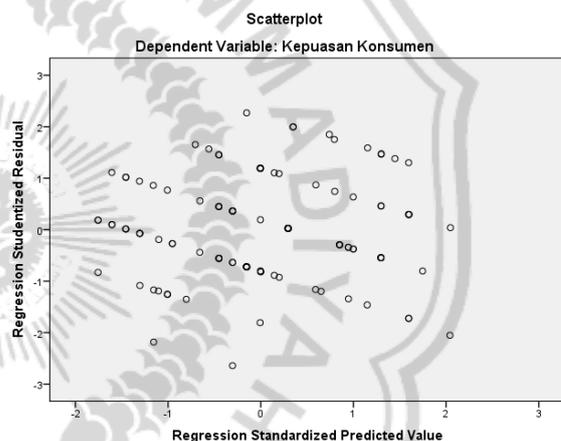
Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent* atau variabel bebas (Ghozali,2016). Untuk menemukan ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* mengukur variabilitas dari variabel bebas lainnya. Hasil uji multikolinearitas bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Kesimpulannya adalah bahwa data tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini sejalan

dengan pernyataan Ghozali (2011) bahwa jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan apakah uji sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari *residual* dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda, yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar 2** Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak. Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ghozali (2011) bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

**Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah pengembangan dari model regresi sederhana yang terdiri dari dua arah atau lebih variabel independen yang menduga nilai dar variabel dependen, (Ghozali). Analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui atau mengukur intensitas variabel terikat yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), kualitas produk harga dan lokasi (X4) maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis

regresi linear berganda karena variabelnya lebih dari satu. Hasil analisis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,304 + 0,084X_1 + 0,001X_2 + 0,368X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1.  $a$  = konstanta sebesar 11,304 menyatakan bahwa variable kualitas produk, harga, dan lokasi dinilai konstan, maka Kepuasan Pelanggan bakso rosak akan positif sebesar 11,304.
2. Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan nilai 0,084. Artinya setiap penambahan variabel kualitas produk sebesar 1, maka kualitas produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,084. Hal ini menunjukkan kualitas produk dengan rasa yang baik maka konsumen akan terpuaskan.
3. Variabel harga ( $X_2$ ) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan nilai 0,001. Artinya setiap penambahan variabel harga sebesar 1, maka harga akan mengalami peningkatan sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan harga dengan kualitas produk yang sesuai dan harga yang terjangkau maka konsumen akan merasakan kepuasan.
4. Variabel lokasi ( $X_3$ ) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan nilai 0,368. Artinya setiap penambahan variabel lokasi sebesar 1, maka lokasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,368. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Parsial (t)

Uji  $t$  digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel lokasi benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients B* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang

dinamakan  $t$  hitung. Hasil uji parsial ( $t$ ) pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dengan  $t$  hitung sebesar 1,767 dengan nilai signifikansi 0,020. Hal ini menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel 1,660 dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
2. Variabel harga ( $X_2$ ) dengan  $t$  hitung sebesar 2,010 dengan nilai signifikansi 0,032. Hal ini menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel 1,660 dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
3. Variabel lokasi ( $X_3$ ) dengan  $t$  hitung sebesar 5,313 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel 1,661 dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel lokasi ( $X_3$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

#### Uji Simultan F

Uji  $F$  merupakan pengujian signifikan dari pengaruh atau hubungan variabel kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Tingkat yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan  $F < 0.05$  maka dapat diartikan bahwa variabel *independent* secara simultan mempengaruhi variabel *dependen* ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Hasil uji simultan  $F$  penelitian ini nilai  $F$  hitung sebesar 11,327 dengan nilai signifikansi 0,000 maka dinyatakan simultan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghozali (2016) bahwa jika nilai signifikan  $F < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan bakso rosak.

## **Pembahasan**

Penelitian dan analisis yang telah dilakukan dengan pengujian 3 hipotesis memperoleh hasil yang sangat baik. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima yang berarti semua variabel bebas yakni kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan.

### **1. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, adanya kualitas produk dari bakso silo yang baik, kualitas bahan yang terjamin serta memiliki karakteristik maka konsumen akan merasa puas. Kualitas produk dari bakso rosak sendiri menggunakan bahan yang berkualitas yaitu dengan daging sapi dengan kualitas terbaik tanpa campuran daging ayam. Kualitas bakso sangat ditentukan oleh kualitas daging, jenis tepung yang digunakan. Perbandingan banyaknya daging dan tepung yang digunakan untuk membuat adonan, serta pemakaian jenis bahan tambahan yang digunakan, misalnya garam dan bumbu-bumbu seperti bawang merah, bawang putih, merica halus juga berpengaruh terhadap kualitas bakso segar. Es atau air es juga menjadi bahan pelengkap dalam pembuatan bakso. Es ini berfungsi untuk menjaga elastisitas daging, sehingga bakso yang dihasilkan akan lebih kenyal. Penggunaan daging yang berkualitas tinggi dan tepung yang baik disertai dengan perbandingan tepung yang besar dan penggunaan bahan tambahan makanan yang aman serta cara pengolahan yang benar akan dihasilkan produk bakso yang berkualitas baik. Bakso yang berkualitas baik dapat dilihat dari tekstur, warna dan rasa. Teksturnya yang halus, kompak, kenyal dan empuk. Halus yaitu permukaan irisannya rata, seragam dan serat dagingnya tidak tampak. Hal ini dilakukan oleh pemilik Bakso Rosak Silo agar dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dengan mengkonsumsi Bakso Rosak yang lembut dan gurih karena tanpa bahan pengawet dan bahan pengental.

Berdasarkan penjelasan diatas, bakso rosak memenuhi indikator kualitas produk menurut Khotler dan Keller (2014) yang terdiri atas karakteristik produk, kesan kualitas, rasa produk, dan tampilan produk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rustiana dan Edi Kurniawan (2020) menyebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian pada kualitas produk dapat diartikan bahwa bakso rosak silo telah memiliki kualitas produk yang baik dengan bahan yang terjamin dan memiliki karakteristik sehingga dapat memuaskan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

### **2. Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hipotesis kedua menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, dengan adanya harga yang sesuai dengan kualitas dari bakso silo serta terjangkau maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penetapan harga bakso rosak dilihat dari jenis bakso yang dikonsumsi. Harga bakso rosak yang paling murah adalah jenis bakso rosak biasa dengan ukuran sedang. Sedangkan untuk harga bakso rosak yang paling mahal yakni bakso rosak rusuk karena bakso jenis tersebut menambahkan ekstra daging sapi pada produknya. Pemilik Bakso Rosak mempertimbangkan beberapa hal atau faktor penting dalam menetapkan harga jual. Pertama, yaitu pelanggan dari Bakso Rosak yang merupakan sebuah prioritas bahwa harga jual yang ditetapkan dapat diterima oleh pelanggan. Artinya, harga menentukan kualitas bahwa harga menentukan kualitas yang diberikan kepada pelanggan.

Kedua, pesaing Bakso Rosak juga menjadi faktor penting dalam menetapkan harga jual. Pemilik Bakso Rosak juga perlu melihat harga jual yang ditawarkan oleh pesaing yang juga menjual produk bakso. Artinya, Bakso Rosak memperhatikan tingkat keuntungan. Jika tingkat keuntungan yang

telah ditetapkan menyebabkan harga terlalu mahal, maka pemilik akan menurunkan tingkat keuntungan tersebut.

Faktor yang ketiga adalah biaya. Faktor ini merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual produk. Oleh karena itu, pemilik Bakso Rosak dengan cermat dan teliti untuk menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Apabila ada biaya yang tidak terhitung, maka harga yang ditetapkan tidak tepat sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan atau akan menyebabkan kerugian.

Faktor yang terakhir adalah kemanfaatan dari Bakso Rosak. Pemilik Bakso Rosak juga mempertimbangkan harga yang ditetapkan apakah sudah sesuai atau belum. Dikatakan sesuai apabila harga dapat memberikan keuntungan yang diharapkan. Jika keuntungan yang diharapkan dapat tercapai, maka akan mempermudah dalam mengembangkan usaha Bakso Rosak seperti saat ini. Penetapan Harga bakso rosak memenuhi indikator menurut Kotler (2016) yang terdiri dari harga yang sesuai dengan kualitas produk dan keterjangkauan harga.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Rachmawati (2020) menyebutkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Alma (2011) menyatakan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan untuk mendapatkan kepemilikan penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini pada variabel harga dapat diartikan bahwa bakso rosak silo memiliki harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima.

### **3. Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Penelitian ini membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, dengan adanya lokasi yang strategis dan dapat dijangkau maka dapat dengan mudah meningkatkan kepuasan pelanggan. Lokasi bakso rosak yang terletak di Desa Silo ini tepat berada dekat dengan jalan raya.

Banyak pelanggan yang sudah mengenal bakso rosak. Tak heran, jika konsumen melewati lokasi tersebut mereka berkunjung untuk menikmati bakso rosak. Lokasi bakso rosak juga sudah tersedia di google maps, sehingga memudahkan konsumen dari luar kota untuk mengunjungi bakso rosak jika penasaran dan ingin menikmati produk yang ditawarkan. Hal ini juga menjadi strategi bakso rosak untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat luar daerah.

Strategi bakso rosak dalam memilih lokasi sangat baik. Lokasi bakso rosak terletak pada pemukiman yang memiliki kepadatan cukup tinggi. Hal ini berpotensi memiliki peluang pasar yang besar meskipun berada di sebuah desa. Lokasi ini juga dilalui oleh banyak pengendara yang berlalu lalang. Semakin tinggi tingkat mobilitas di lokasi tersebut, maka semakin tinggi pula kesempatan orang untuk mengunjungi Bakso Rosak. Lokasi bakso rosak memiliki akses yang mudah bagi para konsumen. Meskipun berada di desa, tetapi lokasi bakso rosak juga mudah terlihat oleh konsumen. Selain itu, lokasi bakso rosak juga terletak dengan tingkat kompetisi yang rendah. Pada lokasi tersebut, tidak terdapat pesaing dari bakso rosak sehingga hanya terdapat bakso rosak yang menjual produk berupa bakso. Indikator Lokasi menurut Fandy Tjiptono (2015) terdiri dari kemudahan untuk mencari lokasi dan akses untuk menuju lokasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erna Kurniawati dan Selamet Fuadi (2020) menyebutkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Suwarman (2011) menyatakan lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi konsumen untuk datang berbelanja. Berdasarkan hasil dari penelitian ini pada variabel lokasi dapat diartikan bahwa bakso rosak silo memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau maka mempengaruhi konsumen untuk berkunjung dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima.

### **4. Kualitas Produk, Harga dan Lokasi**

Hipotesis keempat menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi secara

simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, dengan adanya kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau serta lokasi yang strategis dan dapat dijangkau maka dapat dengan mudah meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2020) serta (Rustiana & Kurniawan, 2020) menyebutkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2015) semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Menurut Andi (2015) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan karena harga juga termasuk faktor berikutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Sunyoto (2015) lokasi diartikan lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, lokasi yang mudah dijangkau. Karena lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen menarik banyak konsumen yang mengunjungi sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian kembali. Berdasarkan hasil dari penelitian ini pada kualitas produk, harga, dan lokasi yang secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini dapat diterima.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, dengan adanya kualitas produk yang baik serta kualitas bahan yang terjamin maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bakso rosak silo.
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, jika harga yang ditetapkan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang

diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bakso rosak silo.

3. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya dengan adanya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi pelanggan untuk berkunjung dan berdampak pada kepuasan pelanggan bakso rosak silo.
4. Kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Artinya, dengan adanya kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau serta lokasi yang strategis dapat memengaruhi kepuasan pelanggan bakso rosak silo.

##### Saran

##### Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel-variabel kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu pemilik bakso rosak silo agar lebih meningkatkan pelayanannya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan bakso rosak silo. Selain itu juga disarankan untuk menciptakan inovasi produk pada bakso rosak silo agar pengunjung lebih tertarik untuk berkunjung dan menikmati olahan dari bakso rosak silo.

##### Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian yang peneliti temukan berdasarkan uji  $R^2$  seperti keterbatasan variabel. Maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel bebas lain seperti kualitas pelayanan, promosi atau strategi pemasaran lainnya. sehingga variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bakso rosak silo dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

##### DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Prastowo. 2015. *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva press
- Assauri, Sofyan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers

- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Badri, Muhammad. 2011. *Corporate Marketing and Communication*, Jakarta : Universitas Mercu Buana
- ChristinaWidya, Utami, 2012 *Menurut Utami Manajemen Ritel*, Edisi 2 Jakarta : Salemba Empat.
- Chorniawan, Sudarwanto, & Santoso. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Mama 1 Jombang*. Jurnal GeoEkonomi Vol. 10 No. 2.
- Danang, Sunyoto. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Dheany, Arumsari. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Firmansyah, M. Anang dan Mochamad Mochklas. 2018. *Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras di Surabaya*. Jurnal Eksekutif 15.1: 281-295
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universitas diponegoro
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8 Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Heizer, Jay dan Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi 11*. Jakarta : Salemba Empat
- Hair JR, J. F. 2010. *Analisis Data Multivariat. Edisi Ketujuh*.
- Handayani, Mardani, & Wahono. 2020. *Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance (Gcg), Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018*. Jurnal Riset Manajemen Vol. 09 No. 01.
- Izzuddin, & Muhsin. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 6 No. 1
- Iriyanti, Qomariah, & Sunarto. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 2 No. 1
- Ismawati, C. 2020. *Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip Keller Kevin Lane, 2012. *Manajemen Pemasaran, Ed. Tiga Belas, Alih Bahasakan : Benyamin Molan, Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2014, *Principle of Marketing, 12<sup>th</sup> Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : erlangga
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2014, *Buku Prinsip-Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1&2, Edisi Ke 13*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2, Edisi Kedua Belas*. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen, 15<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education. Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing, Edisi 15 Global Edition Pearson*
- Kurniawati, Erna. dan Selamat Fuadi. 2021. *Pengaruh Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kha's Simbarwaringin*. Jurnal Manajemen Diversifikasi, Vol. 1 No.4
- Lovelock, C. Dan John Writz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta. Erlangga
- Malau, Herman, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta : LPM UMY
- Nugroho, & Astuti. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.3 No.3
- Pusparani, Putu Ayu Aulia dan Ni Made Rastini. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (DSLR) di Kota Denpasar*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.10 No.19:70-90
- Putri, & Trisnowati. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar*. Surakarta Management Journal Vol.3 No.1
- Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Rustiana, dan Edi Kurniawan. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim*. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa, Vol. 05 No.03, 25-43
- Santoso, R. R. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 10 No.2.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa : Yohanes Lamarto*. Jakarta : Erlangga,
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Setyo, P. E. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 759.

Suwardi. 2011. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Politeknik Negeri Semarang

Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, Ed. 3*, Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset

Wiratna. 2014. *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Wulandari. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Bakso Raksasa Cabang Bekasi Timur*. Jurnal Parameter Vol. 5 No. 2.

Wulandari, & Mudiantono. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen KOPIKITA Semarang*. Diponegoro Journal Of Management Vol. 2 No. 2.