

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KEPUTUSAN BELI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BAKSO GEDE PRAYOGA (BAKSO ANEKA RASA) DI SIDOARJO**

Wahyu Aji Santoso

Program Studi Manajemen dan Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Tahun 2022

## **ABSTRAK**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Keputusan Beli terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo” merupakan salah satu jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait pengaruh kualitas produk, lokasi dan keputusan beli terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan pengumpulan data primer. Sampel penelitian kali ini ditentukan dengan probability sampling dan simple random sampling, dengan jumlah 50 orang responden. Data dalam penelitian dianalisis dengan uji regresi linier berganda, menggunakan SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, lokasi dan keputusan beli terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo. Dengan hasil tersebut juga menunjukkan bahwa ketigas variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Beli dan Kepuasan Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*The research entitled "The Effect of Product Quality, Location and Purchase Decision on Customer Satisfaction at Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) in Sidoarjo" is a type of quantitative research that aims to answer questions related to the influence of product quality, location and purchasing decisions on customer satisfaction. at Meatball Gede Prayoga (Meatball Assorted Flavor) in Sidoarjo. This study uses a survey approach with primary data collection. The research sample this time was determined by probability sampling and simple random sampling, with a total of 50 respondents. The data in the study were analyzed by multiple linear regression test, using SPSS. The test results show that the variables of product quality, location and purchase decisions on customer satisfaction at Bakso Gede Prayoga (Meatballs Aneka Rasa) in Sidoarjo. With these results also indicate that the three variables have a simultaneous effect on customer satisfaction at Meatballs Aneka Rasa) in Sidoarjo.*

**Keywords: Product Quality, Location, Purchase Decision and Customer Satisfaction**

## PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan dunia kuliner khususnya di Indonesia semakin lama semakin meningkat karena telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Banyak langkah yang ditempuh *entrepreneur* kuliner supaya masakan mereka pas dengan lidah pelanggannya. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangi dalam kehidupan sehari-hari, karena banyak orang yang mengonsumsi makanan disaat makanan tersebut sedang *trending* tetapi banyak juga orang mengonsumsi makanan karena itu merupakan makanan yang digemarinya (Windarti & Ibrahim, 2017;1).

Persaingan bisnis produk yang semakin ketat pada masa kini dapat dilihat dari banyaknya orang berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya. Semakin terpenuhi harapan-harapan kepuasan dari para pelanggan sebuah bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para pelanggan untuk mengonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas terhadap apa yang telah mereka beli (Nugroho & Saryanti,2019;74). Salah satu tempat kuliner yang digemari oleh masyarakat di Sidoarjo yaitu Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa). Menu yang disajikan pada Bakso Gede Prayoga yaitu terdapat bakso jumbo urat dan iga, selain itu disana juga terdapat berbagai macam varian lainnya yaitu bakso yang didalamnya terdapat isian keju, jamur, sosis dan jagung.

Masyarakat Indonesia memiliki pola pikir saat membeli suatu produk, hal tersebut ditentukan dengan adanya suatu kenyamanan dan beragamnya produk yang akan dibeli. Pengaruh dari kualitas produk, suasana tempat dan lokasi yang strategis menjadi pertimbangan konsumen untuk memutuskan agar membeli produk tersebut. Dengan begitu konsumen tersebut akan mempunyai rasa kepuasan tersendiri terhadap produk yang telah dipilihnya. Menurut Kotler kepuasan konsumen mempunyai arti bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka (Windarti & Ibrahim, 2017;1).

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk diartikan seberapa jauh kemampuan suatu produk dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggannya. Kualitas produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, informasi, dan organisasi (Nugroho & Saryanti, 2019;74) Penyediaan layanan harus menentukan lokasi yang tepat. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis kuliner yang dapat menarik sehingga pelanggan akan datang ke tempat kuliner untuk memenuhi kebutuhannya. Lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha (Krisdayanto *et al*, 2018;3).

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, maka dari itu pengusaha bisnis kuliner harus teliti dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik pelanggan. Keputusan pembelian adalah proses penentuan pilihan konsumen dan pelanggan dari berbagai alternatif pilihan

yang ada terhadap produk yang paling sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan (Putra *et al*, 2017;126).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Produk merupakan suatu barang yang diperjual belikan dan berbentuk fisik yang memiliki manfaat bagi penggunaannya. Menurut Kotler dan Amstrong produk memiliki arti sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

### Lokasi

Lokasi merupakan penentu suatu tempat untuk setiap pebisnis, karena lokasi merupakan suatu hal yang penting untuk sebuah pemasaran produk. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan suatu usaha (Krisdayanto *et al*, 2018;6).

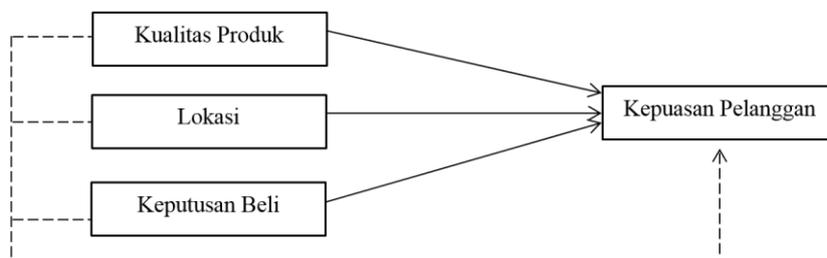
### Keputusan Beli

Keputusan beli merupakan suatu proses penentuan pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian atau pemilihan produk untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler, keputusan beli adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencairan informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan beli dan perilaku setelah pembelian (Putra *et al*, 2017;125).

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller kepuasan arti bahwa perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka. Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan pelanggan mempunyai arti bahwa situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

## Hipotesis

- H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo
- H2 : Terdapat Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo
- H3 : Terdapat Pengaruh Keputusan Beli terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo
- H4 : Terdapat pengaruh kualitas produk, lokasi dan keputusan beli secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan skala *likert* dan SPSS 21 yang terstruktur dan secara sistematis dengan data penelitiannya berupa angka-angka (Nanincova, 2019;2).

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah para pelanggan Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) yang terletak di Sarirogo Sidoarjo. Sementara itu sampel merupakan jumlah karakteristik yang digunakan oleh populasi yaitu sebanyak 50 orang.

### Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini memiliki tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi adanya variabel terikat. Dari penelitian ini mempunyai tiga variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), lokasi (X2), keputusan beli (X3). Sementara itu variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi adanya variabel bebas, penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y1), dapat diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu :

##### a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas produk dalam penelitian ini :

##### a. Kinerja

Karakter produk seperti adanya pembeda dari produk bakso yang lainnya.

##### b. Kesesuaian Produk

Produk dapat menyesuaikan dengan lingkungan pasar yang dituju perusahaan tersebut.

c. Keistimewaan Tambahan

Bahan tambahan dari aneka rasa bakso yang dijual biasanya dapat menjadi nilai tambah pada produk tersebut.

b. Lokasi (X2)

Menurut Fandy Tjiptono lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Variabel tempat atau lokasi diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator lokasi dalam penelitian ini :

- a. Kemudahan (akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lokasi berada pada lalu lintas.
- d. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- e. Lingkungan sekitar yang mendukung.
- f. Persaingan usaha.
- g. Tidak bertentangan dengan peraturan pemerintah.

c. Keputusan beli (X3)

Menurut Philip dan Kotler keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang diawali untuk pemenuhan kebutuhan dan diakhiri dengan melakukan seleksi atas alternatif-alternatif tentang barang atau jasa yang tersedia. Variabel keputusan pembelian diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Indikator keputusan beli dalam penelitian ini :

- a. Pengenalan masalah  
Dimana pelanggan dapat mengenali suatu masalah atau kebutuhan.
- b. Pencarian informasi  
Pelanggan telah tertarik untuk mencari informasi yang banyak dan luas.
- c. Evaluasi alternatif  
Penggunaan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.
- d. Keputusan membeli  
Keputusan pembelian sampai pelanggan benar-benar membeli produk.
- e. Perilaku setelah pembelian  
Pengambilan tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

## 2. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini yang menjadi variabel terikat yaitu :

- a. Kepuasan pelanggan (Y1)

Menurut Tjiptono kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini :

a. Produk

Produk yang sesuai dengan harapan oleh pelanggan maka dapat dikatakan produk yang baik.

b. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang bagus mempunyai harga yang cukup tinggi.

c. Promosi

Promosi sangat bermanfaat bagi konsumen dari sisi pengeluaran dan juga memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

d. Lokasi

Lokasi merupakan penentu kepuasan konsumen.

e. Pelayanan karyawan

Pelayanan yang bagus maka konsumen akan dapat menyimpulkan bahwa perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan yang bagus begitupun sebaliknya.

f. Fasilitas

Pelengkap perusahaan yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen.

g. Suasana

Dengan adanya suasana yang nyaman dan disukai oleh pelanggan.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dari responden dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (Nugroho & Saryanti, 2019:76) :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data secara langsung dengan penelitian terhadap obyek penelitian, dengan tujuan agar peneliti dapat mengetahui perilaku konsumen Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses mengumpulkan data dengan cara tanya jawab dan tatap muka secara langsung kepada responden yang dituju. Hal ini digunakan untuk karyawan atau pemilik warung usaha agar dapat mengetahui jumlah penjualan dan waktu yang strategis untuk konsumen pada saat pengambilan data kepada konsumen.

c. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengambilan data dengan cara memberikan lembaran kertas yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) kepada responden. Dengan adanya kuisioner dapat menjadikan alat ukur peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat ukur tersebut menggunakan skala likert yang terdapat empat jawaban dengan kategori berikut:

Tabel 1

## Jumlah Skor Kuisisioner

Pernyataan Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Ragu (R)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Sumber : Sunarsih, 2016;6

### Sumber dan Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya, mengacu pada data tangan pertama yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data primer bersifat hanya sebagai pendukung data sekunder (Sunarsih, 2018:6).

Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan oleh orang lain sebelumnya. Dapat dilakukan dengan cara survei, observasi, eksperimen, kuesioner dan wawancara pribadi (Nugroho & Saryanti, 2019:75).

## HASIL

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk menggali data pada saat melakukan penelitian. Untuk pengukuran uji validitas data penelitian dilakukan dengan cara membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Kriteria penelitian validitas apabila jika pada taraf signifikansi 0,05  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka dapat dinilai bahwa item dari kuesioner tersebut bisa dikatakan valid dan begitupun sebaliknya jika taraf signifikansi 0,05  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka bisa dikatakan item kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 2

## Hasil Uji Validitas terhadap Kualitas Produk (X1)

No	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ Signifikansi 5%	Keterangan
1	X <sub>1.1</sub>	0,557	0,284	Valid
2	X <sub>1.2</sub>	0,766	0,284	Valid
3	X <sub>1.3</sub>	0,762	0,284	Valid
4	X <sub>1.4</sub>	0,635	0,284	Valid

Tabel 3

## Hasil Uji Validitas terhadap Lokasi (X2)

No	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ Signifikansi 5%	Keterangan
1	X <sub>2.1</sub>	0,690	0,284	Valid
2	X <sub>2.2</sub>	0,575	0,284	Valid
3	X <sub>2.3</sub>	0,726	0,284	Valid
4	X <sub>2.4</sub>	0,471	0,284	Valid

Tabel 4

## Hasil Uji Validitas terhadap Keputusan Beli (X3)

No	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ Signifikansi 5%	Keterangan
1	X <sub>3.1</sub>	0,508	0,284	Valid
2	X <sub>3.2</sub>	0,724	0,284	Valid
3	X <sub>3.3</sub>	0,688	0,284	Valid
4	X <sub>3.4</sub>	0,623	0,284	Valid

Tabel 5

## Hasil Uji Validitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ Signifikansi 5%	Keterangan
1	Y1	0,906	0,284	Valid
2	Y2	0,737	0,284	Valid
3	Y3	0,610	0,284	Valid
4	Y4	0,873	0,284	Valid

**Uji t (Parsial)**

Pengujian hipotesis dengan uji t adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) secara parsial dilakukan dengan uji t ini. Kriteria uji t adalah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y). Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

dan  $H_1$  ditolak (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y). Pada penelitian kali ini menggunakan t tabel dengan jumlah responden 50 orang adalah 2,013

Tabel 6  
Hasil Uji t Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,134	1,755		1,785	,081
	X1	,326	,113	,320	2,881	,006
	X2	,335	,090	,398	3,699	,001
	X3	,212	,086	,262	2,454	,018

a. Dependent Variable: Y

Pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo dapat dilihat pada tabel diatas yang mempunyai nilai t hitung 2,881 > t tabel 2,013. Maka pada variabel Kualitas Produk dapat diartikan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dan menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

Pengaruh variabel Lokasi (X2) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa t hitung 3,699 > t tabel 2,013. Maka pada variabel Lokasi dapat diartikan  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

Pengaruh variabel Keputusan Beli (X3) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warung Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo dapat dilihat pada tabel diatas dapat diketahui bahwa t hitung 2,454 > t tabel 2,013. Maka pada variabel Keputusan Beli dapat diartikan  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Keputusan Beli (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

### Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan (*overall significance*) variabel bebas X terhadap variabel terikat Y, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya. Kriteria uji F adalah jika F hitung < F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (keseluruhan variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Y). Jika F hitung > F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (keseluruhan variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel terikat Y). Pada penelitian kali ini menggunakan F tabel dengan tiga variabel bebas dan responden 50 orang adalah 2,802. Dengan hasil perhitungan F tabel penelitian ini yaitu :

Tabel 7  
 Hasil Uji F Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,128	3	55,376	22,604	,000 <sup>b</sup>
	Residual	112,692	46	2,450		
	Total	278,820	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Dapat dilihat dari data yang diperoleh tabel diatas dapat diartikan bahwa H0<sub>4</sub> ditolak dan H<sub>4</sub> diterima karena mempunyai nilai F hitung 22,604 > F tabel 2,802 jadi dapat disimpulkan dari tabel diatas yaitu Kualitas Produk, Lokasi, dan Keputusan Beli berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

**Uji Koefisien determinasi**

Uji R<sup>2</sup> (uji koefisien determinasi) merupakan pengujian model yang ingin mengetahui berapa besar persentase sumbangan variabel independen terhadap naik turunnya variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 8  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,772 <sup>a</sup>	,596	,569	1,565

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 8 diatas dari hasil koefisien determinasi, nilai R square adalah 0,596 yang artinya ketiga variabel Kualitas Produk, Lokasi dan Keputusan Beli mempunyai pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo sebesar 59,6% sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,4 % dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo**

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X1) yang dapat dilihat pada tabel 2 yang mempunyai nilai t hitung untuk variabel kualitas produk sebesar  $t_{hitung} = 2,881 > t_{tabel} = 2,013$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo. Pada kualitas produk terdapat pertanyaan dalam kuesioner yaitu bakso gede prayoga mempunyai aroma nikmat, bakso gede prayoga mempunyai rasa yang nikmat, bakso gede prayoga selalu menjaga kualitas produknya dan produk bakso cocok untuk semua kalangan. Hal tersebut dapat dilihat hasil penilaian kualitas produk berdasarkan tabel statistik deskriptif indikator terkuat yang mempengaruhi kualitas produk adalah Bakso Gede Prayoga mempunyai rasa yang nikmat dan selalu menjaga kualitas produknya.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo**

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel lokasi (X2) yang dapat dilihat pada tabel 3 yang mempunyai nilai t hitung untuk variabel lokasi sebesar  $t_{hitung} = 3,699 > t_{tabel} = 2,013$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, yang artinya variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo. Pada lokasi terdapat pertanyaan dalam kuesioner yaitu lokasi dekat dan terlihat dari jalan raya, akses menuju warung bakso mudah dan tidak macet, kondisi lingkungan di sekitar warung bakso aman, dan kondisi lingkungan di sekitar bakso bersih. Hal tersebut dapat dilihat hasil penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan tabel statistik deskriptif bahwa indikator terkuat yang mempengaruhi lokasi adalah dikarenakan lingkungan disekitar warung bakso aman.

### **Pengaruh Keputusan Beli terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel Keputusan Beli (X3) yang dapat dilihat pada tabel 4 yang mempunyai nilai t hitung untuk variabel Keputusan Beli sebesar  $t_{hitung} = 2,454 > t_{tabel} = 2,013$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_3$  diterima, yang artinya variabel keputusan beli berpengaruh secara parsial terhadap keputusan beli pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo. Pada keputusan beli terdapat pertanyaan dalam kuesioner yaitu bakso gede prayoga dapat dijadikan keputusan yang benar pada saat membeli makanan, bakso gede prayoga dapat dijadikan pilihan yang tepat dan bakso gede prayoga dapat menarik pelanggan melalui informasi yang tersedia. Hal tersebut dapat dilihat hasil penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan tabel statistik deskriptif, bahwa indikator terkuat yang mempengaruhi keputusan beli adalah Bakso Gede Prayoga dapat dijadikan solusi keputusan beli pada saat lapar.

## **Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Keputusan Beli terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo**

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 5 yang mempunyai nilai F hitung sebesar 22,604 > F tabel 2,802 dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk, lokasi, dan keputusan beli berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bakso gede prayoga (bakso aneka rasa) di Sidoarjo. Kepuasan pelanggan mempunyai arti bahwa situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan

Pada tabel 7 dari hasil koefisiensi determinasi ( $R^2$ ), nilai dari  $R^2$  adalah 0,596 yang artinya bahwa variabel kualitas produk, lokasi, dan keputusan beli mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan warung bakso gede prayoga (bakso aneka rasa) di Sidoarjo sebesar 59,6 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,4 % dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Pada kepuasan pelanggan terdapat pertanyaan dalam kuesioner yaitu harga produk sesuai dengan harapan pelanggan, lokasi yang sesuai dengan harapan pelanggan, produk sesuai dengan harapan pelanggan dan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Berdasarkan hasil penilaian kepuasan pelanggan pada tabel statistik deskriptif dapat diketahui bahwa berdasarkan kualitas produk mempunyai rasa yang nikmat dan selalu menjaga kualitas produknya dikarenakan bahwa bakso tersebut mempunyai resep rahasia yang berasal dari keluarga Pak Edi (Pemilik Warung Bakso) resep tersebut sudah dipertahankan sampai saat ini sehingga kualitas produk di warung bakso gede prayoga dari dulu sampai sekarang tetap sama. Sementara itu dari lokasi warung bakso gede prayoga dapat dirasakan pelanggan bahwa lingkungan disekitar warung bakso aman. Pada hasil keputusan beli juga menunjukkan bahwa pelanggan warung bakso prayoga merasakan bahwa bakso gede prayoga dapat dijadikan solusi pada saat lapar.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

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

1. Pada kualitas produk didapatkan hasil keseluruhan yang dapat dikatakan signifikansi terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.
2. Pada lokasi didapatkan hasil keseluruhan yang dapat dikatakan signifikansi terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.
3. Pada keputusan beli didapatkan hasil keseluruhan yang dapat dikatakan signifikansi terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.
4. Pada kualitas produk, lokasi, keputusan beli dapat dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Gede Prayoga (Bakso Aneka Rasa) di Sidoarjo.

## Saran

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

1. Bagi warung bakso gede prayoga
  - a. Mempertahankan kualitas produk ada sejak dahulu, meningkatkan kualitas produk seiring dengan perkembangan zaman, karena pelanggan mudah bosan terhadap kualitas produk yang telah ada.
  - b. Mempertahankan lokasi yang aman untuk menjaga keamanan di warung bakso gede prayoga dan memperluas lokasi parkir supaya tidak macet.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Diharapkan memperluas dan menambahkan variabel baru yang sudah ada atau menambahkan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti citra merek, harga dan sebagainya. Sehingga dapat memberikan gambaran yang baik unruk peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 7 no 2(2), 137–156.
- Ekasari, Y. K. (2018). Pencapaian Siswa (Analisis Deskriptif Pada Sma Negeri Di Kabupaten Purwakarta. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 125–143. [http://stieb-perdanamandiri.ac.id/media/Jurnal/2018/10 JURNAL YULIANA EKA.pdf](http://stieb-perdanamandiri.ac.id/media/Jurnal/2018/10%20JURNAL%20YULIANA%20EKA.pdf)
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nugroho, D. S., & Saryanti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 151–163.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 1–11.
- Putra, G. P. (2017). Klebstoffdosierung im “Jet-betrieb.” *Adhaesion Kleben Und Dichten*, 45(6), 16.
- Sunarsi, D. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja

Karyawan Pada CV. Usaha Mandiri Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 1(2), 1–24.

Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/ISSN : 2302-2752>, Vol. 7 No. 3, 2018

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna offee di Kabupaten Bone.*