

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG PECEL LELE “GR” DI DESA CAMPUREJO

Aprillia Susmawati¹, Errika Anggun Febyana², Guruh Harya Pratama³,
Hendrik Bayu Prasetyo^{4*}, Metha Alayda⁵, Rohmatus Sania⁶, Tantowi Yahya⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}STIE Cendekia Bojonegoro, stie.cendekia.bojonegoro@gmail.com

Email Korespondensi: prassbayu061@gmail.com

ABSTRAK:

Warung Pecel Lele "GR" di Desa Campurejo melihat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan layanan. Pemilik warung harus mempertimbangkan faktor ketiga ini untuk memastikan pelanggan memiliki pengalaman yang memuaskan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung pecel lele "GR" di Desa Campurejo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survey. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada pelanggan warung pecel lele "GR". Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 30 responden yang merupakan pelanggan warung pecel lele "GR". Penelitian ini dilakukan di Warung Pecel Lele "GR" yang terletak di Desa Campurejo. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan terkait kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Data akan dianalisis menggunakan metode regresi untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas produk, harga, kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil analisis data akan menunjukkan seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung pecel lele "GR". Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemilik warung pecel lele "GR" mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja usaha secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar warung pecel lele "GR" meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan harga dengan nilai yang ditawarkan, serta memperhatikan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT:

Warung Pecel Lele "GR" in Campurejo Village sees that customer satisfaction is greatly influenced by product quality, price and service. Stall owners must consider this third factor to ensure customers have a satisfying experience and build strong relationships with customers. This research aims to analyze the influence of product quality, price and service quality on customer satisfaction at the "GR" pecel lele stall in Campurejo Village. This research uses a quantitative approach with a survey research design. Data will be collected through a questionnaire distributed to customers of the "GR" pecel lele stall. The sampling technique used was convenience sampling. The number of samples taken was 30 respondents who were customers of the "GR" pecel lele stall. This research was conducted at Warung Pecel Lele "GR" located in Campurejo Village. Data was collected through a questionnaire containing questions related to product quality, price, service quality and level of customer satisfaction. Data will be analyzed using the regression method to test the influence of independent variables (product quality, price, service quality) on the dependent variable (customer satisfaction). The results of data analysis will show how much influence product quality, price and service quality have on customer satisfaction at the "GR" pecel lele stall. This research can provide insight to "GR" pecel lele stall owners regarding the factors that need to be considered to increase customer satisfaction and overall business performance. Based on the research results, it is recommended that the "GR" pecel lele stall improve product quality, adjust prices to the value offered, and pay attention to service quality to increase customer satisfaction.

Keywords: Product quality, Price, Service Quality, Customer.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik. Keunggulan produk juga menjadi salah satu aspek yang dinilai berperan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Keunggulan produk dipandang dari sisi fungsional maupun dari sisi harga dalam usahanya untuk pemenuhan harapan pelanggan didukung oleh atribut-atribut fisik yang melekat pada produk. Dilihat dari segi kualitas produk, kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya[1]. Oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya dan terus berinovasi untuk menciptakan positioning produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Menurut Ihalauw (2005), perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya[2]. Sehingga perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan harga yang murah agar mampu bersaing.

Salah satu persaingan yang cukup ketat saat ini adalah persaingan bisnis dibidang kuliner. Padatnya aktivitas di zaman modern ini menyebabkan kebanyakan orang tidak memiliki banyak waktu luang untuk menyiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung menikmati makanan yang siap saji. Bisnis kuliner ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang perlu dipenuhi orang yang tidak bisa dihindari adalah makanan.

Makanan adalah kebutuhan pokok setiap insan manusia. Dalam teori Hierarki kebutuhan Maslow menyebutkan bahwa makan merupakan salah satu kebutuhan fisiologis manusia (Muchlas, 2008:183)[3]. Sebagai kebutuhan dasar, makanan menjadi sangat penting bagi manusia sehingga dalam aspek bisnis pun makanan menjadi pilihan untuk dijadikan objek bisnis. Tidak heran banyak individu yang tertarik dan menganggap bisnis kuliner sebagai jenis bisnis yang memiliki prospek yang baik, terbukti dari makin banyaknya rumah makan dan sentra kuliner diberbagai sudut kota.

Hal yang sama terjadi di kota Bojonegoro Jawa Timur, di kota ini banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis makanan dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah produk yang terbaik dari pesaing bisnis lainnya. Salah satunya yaitu Warung pecel lele "GR" adalah salah satu warung yang menjual makanan pecel lele yang berada di kota Bojonegoro. Warung ini berada di jalan Lettu Suyitno, Pohagung, Campurejo, Kecamatan Bojonegoro.

Dalam kondisi semakin meningkatnya persaingan antara produk-produk sejenis maka perusahaan yang satu dengan yang lain saling bersaing merebutkan konsumen. Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggannya yang akan sukses dalam persaingan. Setiap perusahaan berusaha untuk memahami perilaku konsumen pada paasar sasaran untuk keberlangsungan hidup perusahaan tersebut[4].

Pemahaman perusahaan berawal dari produk, karena keputusan pembelian atas

produk yang dipasarkan, melalui berbagai informasi dan mengetahui bahwa produk yang akan dibutuhkan merupakan produk yang memiliki keunggulan sehingga konsumen akan merasa puas. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan memengaruhi perilaku untuk selanjutnya, seperti halnya jika merasa puas maka akan berdampak positif bagi perusahaan, sebaliknya jika merasa tidak puas maka konsumen tentu tidak akan membeli kembali produk tersebut.

Agar konsumen merasa puas, perusahaan perlu memerlukan strategi yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang prima. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang dipengaruhi dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. [5]

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau artistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Warung Pecel Lele “GR” di Desa Campurejo. Penelitian ini dilaksanakan 2-3 hari dimulai tanggal 28 maret 2024.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data hasil survey terhadap responden.

Kuesioner

Pengisian kuesioner menggunakan jenis kuesioner tertutup dengan tujuan penelitian bisa dilakukan secara lebih dalam dengan jawaban yang telah diberikan oleh responden. Kuesioner tertutup pada penelitian ini menggunakan skala likert 4 poin, yaitu dari 1 = tidak setuju, hingga 3 = setuju.

Struktur Kuesioner

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Warung Pecel Lele “GR” di Desa Campurejo. Penyusunan kuesioner terdiri dari 4 bagian, tiga variabel X satu variabel Y yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Pernyataan Variabel X1 (Kualitas Produk)

No	Pernyataan Kualitas Produk
1.	Pecel lele “GR” memiliki rasa yang enak
2.	Pecel lele “GR” selalu menyajikan produk yang fresh atau segar
3.	Penyajian pecel lele “GR” sangat menarik
4.	Pecel lele “GR” menjual makanan yang dijamin berkualitas
5.	Pecel lele “GR” menarik minat pembeli

No Pernyataan Kualitas Produk

6. Pecel lele "GR" menyajikan menu dengan ukuran yang sedang sampai besar

***Pertanyaan tertutup**

Dari pernyataan tabel 1 faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk adalah bahwa kualitas produk sangat penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi cenderung mendapatkan respon positif dari pelanggan Warung Pecel "GR" di Desa Campurejo.

Tabel 2. Pernyataan Variabel X2 (Harga)

No Pernyataan Harga

1. Warung pecel lele "GR" memberikan harga makanan sesuai dengan kualitas makanan.
 2. Warung pecel lele "GR" memberikan harga yang cukup terjangkau kepada konsumen.
 3. Warung pecel lele "GR" memberikan harga yang cukup terjangkau kepada konsumen.
 4. Porsi makanan sesuai dengan harga yang dibayarkan.
 5. Harga minuman yang ditetapkan warung pecel lele "GR" sesuai dengan rasa minuman .
-

***Pertanyaan tertutup**

Dari pernyataan tabel 2 harga dapat memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Menawarkan harga produk makanan yang terjangkau sejalan dengan kualitasnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau memungkinkan aksesibilitas lebih luas bagi pelanggan, sementara kualitas makanan yang dipertahankan memastikan pengalaman konsumen yang memuaskan. Dengan demikian, mencapai keseimbangan yang tepat antara harga dan kualitas merupakan strategi yang penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam industri makanan.

Tabel 3. Pernyataan Variable X3 (Kualitas Pelayanan)

No Pernyataan Kualitas Pelayanan

1. Warung pecel lele "GR" tetap menjaga kebersihan tempat
 2. Karyawan warung pecel lele "GR" berpenampilan dengan rapi
 3. Karyawan warung pecel lele "GR" berkomunikasi dengan baik dan sopan kepada
 4. Pelayan warung pecel lele "GR" menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan
 5. Kondisi ruangan warung pecel lele "GR" memberikan kenyamanan
 6. Pemesanan makanan dan minuman di warung pecel lele "GR" dilayani dengan cepat
-

***Pertanyaan tertutup**

Dari pernyataan tabel 3 bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan ketidakpuasan dan bahkan kehilangan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam kesuksesan sebuah bisnis. Pelanggan yang puas cenderung loyal, merekomendasikan bisnis kepada orang lain, dan dapat menjadi aset berharga dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Tabel 4. Pernyataan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

No Pernyataan Kepuasan Pelanggan

1. Makanan yang di sajikan di pecel lele "GR" sangat rapi
 2. Harga makanan dan minuman di pecel lele "GR" terjangkau dan sebanding dengan rasanya
 3. Rasa makanan di pecel lele "GR" terasa enak
 4. Pelayanan karyawan di pecel lele "GR" sopan, ramah, dan memuaskan
-

No	Pernyataan Kepuasan Pelanggan
5.	Saya akan merekomendasikan pecel lele "GR" kepada orang lain

***Pertanyaan tertutup**

Dari pernyataan tabel 4 bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik, harga yang wajar, dan pelayanan yang ramah dan efisien merupakan faktor penting yang akan memengaruhi apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan pengalaman makan mereka di warung tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pemilik warung makan untuk memperhatikan dan meningkatkan ketiga aspek ini guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini saling terkait dan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima dari suatu produk atau layanan.

Metode pengumpulan data

Telah terkumpul data responden sebanyak 40 orang Pelanggan di Warung Pecel Lele "GR". Jumlah minimal responden dalam melakukan penelitian adalah 30 responden. Semakin banyaknya jumlah responden maka hasilnya akan semakin baik karena dapat mengumpulkan lebih banyak data sehingga akan mempengaruhi hasil penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei melalui Google Forms. Pengukurannya menggunakan pengukuran skala likert 4 poin, yaitu dari 1 = tidak setuju, hingga 3 = setuju.

Analisis Data

Dengan menggunakan program SPSS, data dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan menentukan pengaruh kualitas produk, harga, dan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam Warung Pecel Lele "GR" di Desa Campurejo, dapat disimpulkan dari analisis yang dilakukan dengan aplikasi SPSS bahwa kualitas produk, harga, dan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di warung tersebut dan dapat membantu pemilik warung dalam membuat keputusan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Jika r hitung $>$ r tabel atau $\text{sig} < 0,05$ maka item pernyataan valid

Jika r hitung $<$ r tabel atau $\text{sig} > 0,05$ maka item pernyataan tidak valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Signifikan	α	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,704	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,427	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,743	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,784	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,564	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,619	0.3120	0,000	0,05	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,787	0.3120	0,000	0,05	Valid

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Signifikan	α	Keterangan
Kualitas Layanan (X3)	X2.2	0,488	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,679	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,687	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,746	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X3.1	0,817	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,676	0.3120	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	X3.3	0,856	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X3.4	0,681	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X3.5	0,757	0.3120	0,000	0,05	Valid
	X3.6	0,631	0.3120	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,711	0.3120	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,736	0.3120	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,735	0.3120	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,823	0.3120	0,000	0,05	Valid
	Y5	0,711	0.3120	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel atau sig $<$ 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut sudah valid.

b. Uji Reliabilitas

Jika nilai crombach alpha $>$ 0,60 maka reliabel

Jika nilai crombach alpha $<$ 0,60 maka tidak reliabel

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Crombach Alpha	Standar	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.705	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0.691	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (X3)	0.803	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.850	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai crombach alpha $>$ 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel sudah reliabel.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.836	.822	.68503

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

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Nilai Adj R Square sebesar 0,836 atau 83,6 %. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 83,6 % sedangkan sisanya yaitu 16,4 % dijelaskan oleh variabel lain.

b. Hasil Uji F

Jika nilai F hitung $>$ F tabel atau sig $<$ α maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika nilai F hitung $<$ F tabel atau sig $>$ α maka H_a ditolak dan H₀ diterima

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.081	3	28.694	61.146	.000 ^b
	Residual	16.894	36	.469		
	Total	102.975	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Nilai F hitung sebesar 61,146 $>$ nilai F tabel yaitu 2,866266 dan nilai sig yaitu 0,000 $<$ 0,05 , maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Hasil Uji T

Jika nilai t hitung $>$ t tabel atau sig $<$ α maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika nilai t hitung $<$ t tabel atau sig $>$ α maka H_a ditolak dan H₀ diterima

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.443	1.137		-.389	.699
	X ₁	.144	.130	.148	1.110	.274
	X ₂	.569	.161	.541	3.538	.001
	X ₃	.249	.132	.268	1.886	.067

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara persial adalah sebagai berikut :

1. Nilai t hitung variabel Kualitas Produk (X₁) sebesar 1,110 $<$ nilai t tabel yaitu 2,024394 dan nilai sig yaitu 0,274 $>$ 0,05 maka H_a ditolak dan H₀ diterima, artinya variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Nilai t hitung variabel Harga (X₂) sebesar 3,538 $>$ nilai t tabel yaitu 2,024394 dan nilai sig yaitu 0,001 $<$ 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Nilai t hitung variabel Kualitas Layanan (X₃) sebesar 1,886 $<$ nilai t tabel yaitu 2,024394 dan nilai sig yaitu 0,067 $>$ 0,05 maka H_a ditolak dan H₀ diterima, artinya variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

1. Kualitas produk (X1)

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal ini juga dapat artikan bahwa semakin baik kualitas produk maka dapat meningkatkan keyakinan pelanggan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Namun sebaliknya, jika kualitas produk yang ditawarkan semakin rendah, maka kepuasan pelanggan juga ikut menurun. Bagi pelanggan yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri maka dari itu produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar sesuai dengan porsinya dan dengan baik dari segi kualitasnya. Pelanggan akan lebih menyukai dan lebih memilih untuk mengkonsumsi produk yang mempunyai kualitas yang lebih baik.

2. Harga (X2)

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan tidak begitu memperdulikan harga daripada kualitas produk karena harga yang di berikan sama dengan penjual pecel lele pada umumnya. Harga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Harga (price) menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) ialah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi bahwa Harga yang ditawarkan oleh pecel lele “GR” tergolong terjangkau.

3. Kualitas Layanan (X3)

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sama dengan halnya kualitas produk. Kualitas layanan dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan yang mencerminkan kesopanan, keramahan, dan pelayanan yang baik akan mendorong pelanggan puas mengkonsumsi pecel lele “GR”. Hal ini juga dapat artikan bahwa semakin baik kualitas layanan maka dapat meningkatkan keyakinan pelanggan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Namun sebaliknya, jika kualitas layanan yang ditawarkan semakin rendah, maka kepuasan pelanggan juga ikut menurun. Kualitas layanan juga penting untuk mendorong pelanggan untuk kembali membeli karena merasa nyaman untuk membeli kembali.

Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, Kualitas Produk yang baik, Harga produk yang tepat serta Layanan yang baik sudah terbangun dengan baik di benak konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Tjiptono Diana (2015:23) menjelaskan bahwa Kepuasan Konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk atau jasa yang di prepsikan dan ekspektasinya. Kualitas Produk menjadi salah satu yang di utamakan oleh pecel lele “GR”, karena kualitas produk membuat minat para konsumen kembali untuk membeli. Pilihan Harga yang ditawarkan oleh pecel lele “GR”, berdasarkan standar umum penjual pecel lele dan kualitas diberikan. Kemudian tujuan dari Kualitas Layanan yang dilakukan oleh pecel

lele “GR” adalah menguatkan persepsi konsumen dimana Kualitas Layanan tersebut dapat menambah nilai lebih untuk pecel lele “GR” sehingga konsumen semakin merasa puas. Meskipun setiap harinya pelanggan naik turun tetapi pecel lele “GR” tetap mempertahankan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada warung pecel lele "GR" di desa Campurejo. Berkualitas tinggi merupakan fondasi utama dari kepuasan pelanggan di warung pecel lele, aspek-aspek seperti rasa, kesegaran bahan makanan, dan variasi menu. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih puas ketika produk yang disajikan konsisten dalam kualitasnya dan memenuhi harapan mereka. Selain itu, pelanggan cenderung mencari pengalaman kuliner yang memuaskan. Harga yang terjangkau merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan. Namun, harga yang terlalu rendah juga dapat dianggap sebagai indikator rendahnya kualitas produk atau layanan, sehingga perlu dikelola dengan bijak. Warung pecel lele "GR" seringkali menawarkan harga yang terjangkau sehingga menjadi pilihan utama bagi berbagai lapisan masyarakat. Kualitas layanan mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, keramahan, responsivitas, dan kompetensi staf dan pelayanan yang ramah dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk pelatihan karyawan tentang pentingnya pelayanan pelanggan yang baik dapat membantu meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, kesimpulan tersebut mencakup pentingnya kualitas produk, harga, dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di warung pecel lele "GR" di desa Campurejo. Menjaga keseimbangan dan meningkatkan ketiga faktor ini dapat membantu warung pecel lele "GR" dalam mencapai keberhasilan jangka panjang dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- M. P. Todar, A. Tumbel, and R. J. Jorie, “Pengaruh Persepsi Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek AQUA,” *J. EMBA*, vol. 8, no. 3, pp. 134–143, 2020.
- M. F. R. Wibowo and R. Rusminah, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal,” *Distrib. - J. Manag. Bus.*, vol. 9, no. 2, pp. 119–136, 2021, doi: 10.29303/distribusi.v9i2.155.
- I. F. Agustina, “165-510-1-Pb,” *J. Solid ASM Mataram*, vol. volume 8 N, no. 2, pp. 41–49, 2018.
- F. I. AGUSTINA, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung-Warung Pecel Di Blitar,” *Solid*, vol. 8, no. 2, p. 41, 2018, doi: 10.35200/solid.v8i2.165.
- A. Z. dan D. Yusri, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN RAHAYU DEMAK,” *J. Ilmu Pendidik.*, vol. 7, no. 2, pp. 809–820, 2020.