

**ANALISIS PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Bakso Gibrass Jl. Kutisari Selatan No. 45 Surabaya)**

**Tri Arbiantoro
Ayun Maduwinarti
Agung Pujianto**

**Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

ABSTRACT

The low sales rate of Gibrass Meatballs compared to ordinary meatballs depot is the background of this research. The title of this research is "Analysis of Taste Influence, Quality of Service, and Price Against Customer Satisfaction (case study of Gibrass Meatballs Jl Kutisari Selatan II No. 45 Surabaya)". This research uses quantitative descriptive method. The population is the customer whoever bought Bakso Gibrass Surabaya, the samples taken as many as 96 respondents with sampling technique purposive sampling.

Data collection through questionnaire likert scale 1-5, data analysis technique using instrument test, classical assumption and hypothesis test. The results obtained conclusion as follows: 1. partially the sense of influence and significant, the quality of service has no significant effect and the price effect with the negative direction and significant. 2. Simultaneously taste, quality of service and price have a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords:taste, quality of service, price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis era global seperti saat ini menuntut pebisnis untuk selalu melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan para pesaing-pesaingnya. Langkah yang ditempuh pebisnis harus tepat dan sesuai kebutuhan pasar agar bisnis yang dirintisnya menjadi berkembang dan memiliki omset yang besar. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Franchise adalah salah satu format bisnis yang berkembang pesat pada abad ini.

Menurut Munir Fuady (2005:339) *franchise* atau sering disebut juga dengan istilah waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, di mana satu pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak yang lain sebagai franchisee, di mana di dalamnya diatur bahwa pihak-pihak franchisor sebagai pemilik suatu merek dari know-how terkenal, memberikan hak kepada franchisee untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun noneksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada franchisor.

Bakso Gibrass adalah salah satu bisnis makanan yang menggunakan bentuk business format franchising. Berpusat di Jl. Kutisari selatan II No. 45 Surabaya. Bakso Gibrass telah memiliki *outlet* yang telah tersebar di beberapa kota di Indonesia. Berdiri di area yang cukup

luas serta tumbuh pohon manga yang rindang, membuat *layoutoutlet* terasa nyaman dan sejuk serta tempat duduk dan meja makan yang terbuat dari kerajinan kayu juga member kesan alami dan unik. Karyawan yang bekerja di bakso gibrass sebanyak empat orang dengan tugas masing-masing yaitu, kasir, waiters, dan *cooker*.

Tidak hanya Bakso Gibrass yang menjual bakso dan mie ayam di Jl. Kutisari Selatan, terdapat satu penjual lain yaitu Bakso Pak Yudi yang menjual produk bakso dan mie ayam yang memiliki tempat makan yang cukup memadai dan harga yang bersaing. Dalam melayani pelanggannya, Bakso Pak Yudi memiliki karyawan tiga orang yang bekerja dengan peran masing-masing dan salah satu karyawan merangkap sebagai kasir untuk melayani pembayaran. Tempat yang cukup sederhana dan harga permangkuk Rp. 12.000 untuk satu mangkuk bakso dan Rp. 8.000 untuk satu mangkuk mie ayam, Bakso Pak Yudi bisa meraih omset Rp.800.000 dalam sehari.

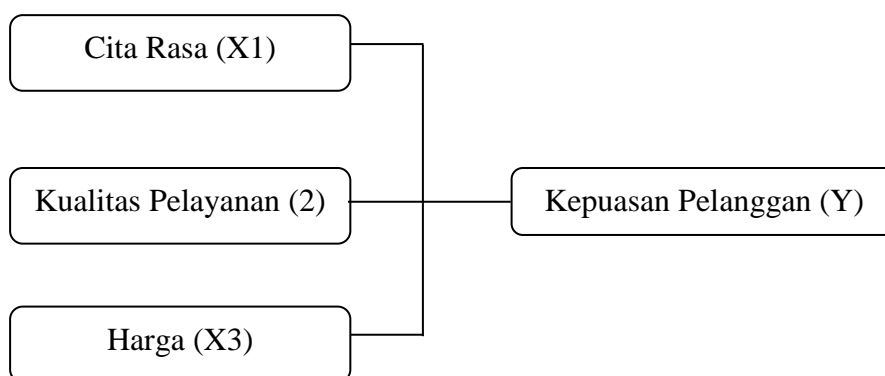
Jika diamati dari kondisi pesaing di atas, bakso gibrass memiliki keunggulan dalam tempat parkir, meja dan tempat duduk yang unik, jumlah karyawan dan variasi rasa kuah produk bakso. Akan tetapi fakta menunjukkan bahwa rata-rata perhari pelanggan Bakso Gibrass adalah 12-15 orang dengan omset sebesar Rp. 500.000 per hari.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yaitu : 1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?, 2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ? 3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?, 4. Apakah cita rasa, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?, 5. Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya (cita rasa, kualitas pelayanan, dan harga) terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?.

KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Dasar Pemikiran

Kerangka Pemikiran menggambarkan hubungan dari variable independen, dalam hal ini adalah Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini, 2018

Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1. Cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass.
3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass.

4. Cita rasa, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass.
5. Variabel cita rasa mempunyai pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan variabel lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

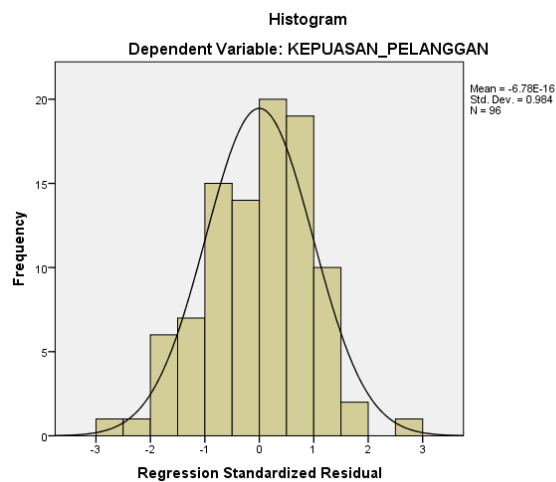
Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Bakso Gibrass yang beralamat di Jl. Kutisari Selatan II No. 45 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah membeli di Bakso Gibrass Jl. Kutisari Selatan II No. 45 Surabaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Skala kuisioner menggunakan Likert. Uji Validitas menggunakan korelasi *Product Moment* untuk uji *Reabilitas* menggunakan *Cronbach Alfa*. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linier berganda.

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

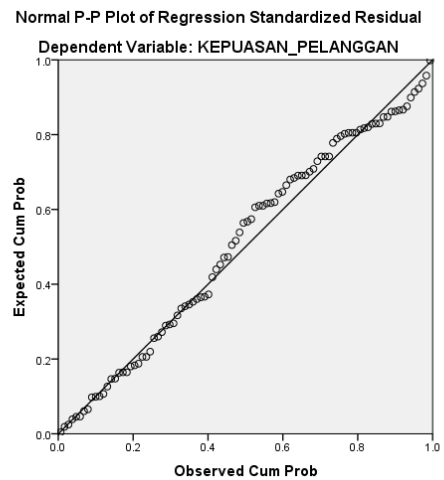
ANALISA DATA

Uji Normalitas



Gambar 4.5 Uji Normalitas Model Histogram

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018



Gambar 4.6 Uji Normalitas Model P-Plot

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018

Gambar di atas menunjukkan bahwa histogram berbentuk kurva normal, dimana menyatakan bahwa data yang diuji normal dan data menyebar disekitar garis-

garisdiagonal dan mengikuti arah garisdiagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinieritas

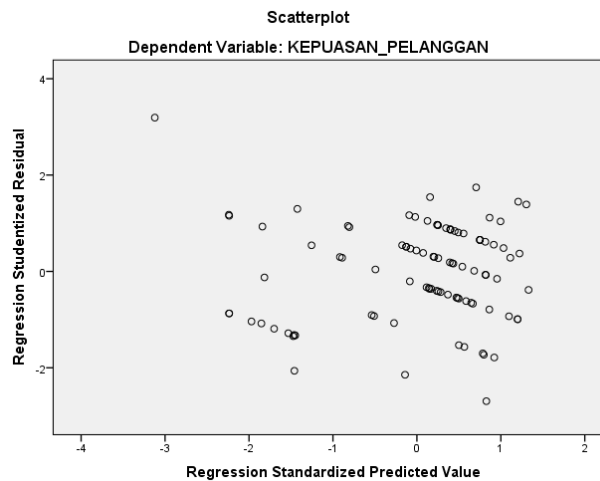
| | | Collinearity Statistics | |
|---|--------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | CITA_RASA | .684 | 1.462 |
| | KUALITAS_PELAYANAN | .732 | 1.367 |
| | HARGA | .901 | 1.110 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018

Tabel 1.3 di atas diketahui bahwa semua nilai tolerance > 0,10 dan semua nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen.

Heteroskedastisitas



Gambar 1.3 Uji Heteroskedastisitas Model Scatterplot

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada pola tertentu, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel Hasil Koefisien Analisis Linier Regresi Berganda

| Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| B | Std. Error | Beta | | |
| 1.676 | .453 | | 3.700 | .000 |
| .150 | .073 | .221 | 2.051 | .043 |
| .058 | .070 | .085 | .820 | .414 |
| -.783 | .187 | -.393 | -4.192 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada Tabel 1.1 kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.676 + 0.150 X_1 + 0.058 X_2 - 0.783 X_3 + e$$

1. Konstanta sebesar 1.676 artinya jika nilai Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dianggap tetap, maka kepuasan pelanggan bernilai sebesar 1.676 poin.
2. Koefisien regresi variabel cita rasa (X1) sebesar 0.150, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Cita Rasa mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik senilai 0,150. Koefisien bernilai positif, artinya koefisien variabel Cita Rasa mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,058, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik senilai 0,058. Koefisien bernilai positif, artinya koefisien variabel Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Koefisien regresi variabel Harga (X3) sebesar -0,783, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan turun senilai -0,783. Koefisien bernilai negatif, artinya apabila Harga turun maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat dan sebaliknya.

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .521 ^a | .271 | .248 | .42477 |

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN, CITA_RASA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 Uji koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengolahan data diperoleh angka koefisien determinasi R^2 sebesar 0.271. Hal ini berarti Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga mampu menerangkan kepuasan pelanggan sebesar (27,1 %), Sementara sisanya ($100\% - 27,1\% = 72,9\%$), dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti, variabel tersebut seperti: promosi, lokasi, lingkungan fisik, dan lain-lain.

Tabel 1.6 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 6.183 | 3 | 2.061 | 11.423 | .000 ^b |
| | Residual | 16.599 | 92 | .180 | | |
| | Total | 22.783 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN, CITA_RASA

Sumber : Kuesioner diolah penulis, 2018

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= k; n-k-1 \\
 &= 3; 96-3-1 \\
 &= 3; 92 \\
 &= 2,70
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 11,423 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan ($\alpha=0,05$) adalah 2.70. oleh karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,05$ sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ ($11,423 > 2,47$) pada $\alpha = 5\%$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Gibrass.

Hasil Uji t

t tabel diperoleh dengan derajat kebebasan (df) = n-k

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel yang digunakan

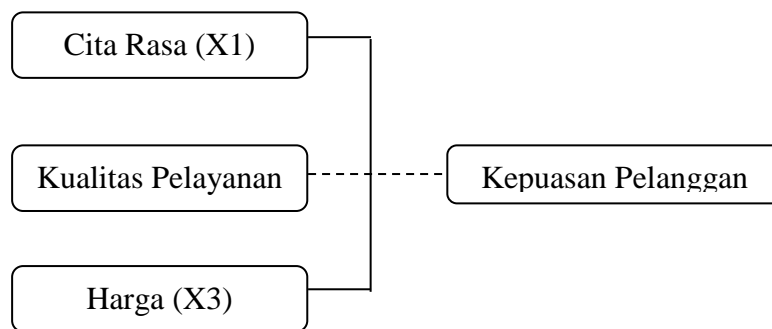
derajat bebas (df) = $96-4 = 92$

$t_{\text{tabel}} = 1,665$

1. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat nilai t_{hitung} Cita Rasa sebesar 2,051 sehingga dan nilai signifikan $0,043 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Cita Rasa secara individual atau parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.
2. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat nilai t_{hitung} Kualitas Pelayanan sebesar 0,820 dan nilai signifikan $0,414 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan

secara individual atau parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.

3. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat nilai t_{hitung} harga sebesar -4,192 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga secara individual atau parsial berpengaruh dengan arah negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.
4. Sedangkan variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah Variabel Harga dimana mempunyai tingkat signifikansi 0,000.



Gambar 1.4 Model Hasil Penelitian

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini, 2018

Pembahasan

1. Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass. Hal ini menjelaskan bahwa Cita Rasa berhubungan langsung dengan apa yang ditawarkan oleh pemilik Bakso Gibrass kepada pelanggan, Sejalan dengan pendapat Ferrinadewi (2008:46) rasa dapat digunakan pemasar menawarkan produk dengan berupaya mengasosiasikan rasa tersebut dengan perasaan konsumen. Sehingga jika semakin nikmat rasa kuah bakso, tekstur pentol memiliki kekenyalan yang pas dan juga memiliki aroma yang sedap karena dari bahan asli maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini tidak relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zara Elfatinia 2017, dimana Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa dari beberapa indikator Kualitas Pelayanan

yang telah dibuat oleh peneliti seperti, kebersihan tempat, ketepatan dalam melayani pesanan, cepat tanggap kepada keinginan pelanggan, jaminan halal, dan juga tidak diskriminatif kepada pelanggan ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga tidak cukup untuk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh dengan arah negatif dan signifikan. Hal ini dapat jelaskan bahwa, produk Bakso Gibrass merupakan produk makanan khas di Indonesia yang sering dijumpai di banyak tempat sehingga persaingan bisnis bakso ini sangatlah ketat. Sejalan dengan pendapat Alma (2011:43). Harga merupakan aspek yang sangat sensitif untuk pelanggan sehingga perusahaan harus sangat berhati-hati dalam menentukan harga yang sesuai dengan segmen pasar yang akan dituju. Maka jika semakin tinggi atau dalam artian tidak sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin menurun sehingga berdampak terhadap loyalitas pelanggan dan akan mengarah ke penurunan tingkat penjualan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Gibrass.

5. Dari ketiga variabel (Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga), variabel Harga merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Gibrass

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.

Ferrinadewi, erna.(2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha ilmu : Yogyakarta.

Munir Fuady. (2005). *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Zara elvatinia. (2017). “*Analisis pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus waroeng Ospecial sambaldi Surakarta)*”. Institut Agama Islam Negeri. Surakarta.