

# Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember

(*The Analysis Of Price, Product Quality, And Location Effect On Customer Satisfaction At Ayam Gephok Pak Giek Restaurant In Jember City*)

Bimantara Mahardhika, Diah Yulisetiari, Deasy Wulandari  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, dan Bisnis Universitas Jember (UNEJ)  
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121  
E-mail : bimantara.mahardhika@yahoo.com

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Jember. Jenis penelitian ini adalah eksplanatory research menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen RM Ayam Gephok Pak Giek Jember. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Taraf kesalahan ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 10%. Hasil pengujian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen RM Ayam Gephok Pak Giek Jember. Sedangkan hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen RM Ayam Gephok Pak Giek Jember.

**Kata kunci:** harga, kepuasan konsumen, kualitas produk, lokasi.

## Abstract

*The aim of this study was to analyze the effect of price, product quality, and location on customer satisfaction at Ayam Gephok Pak Giek Restaurant in Jember city. This study was explanatory research using quantitative approach. Primary data were collected through spreading questionnaires. The data were analysed using multiple linear regression analysis. The population in this study is all of Ayam Gephok Pak Giek Restaurant's consumers. The sample was obtained using accidental sampling technique generating 70 respondents. The level of error is  $\alpha=10\%$ . Partial test (t-test) showed that price, product quality, and location significantly affect customer satisfaction at Ayam Gephok Pak Giek Restaurant. Simultaneous test (F test) showed that price, product quality, and location significantly and simultaneously affect customer satisfaction at Ayam Gephok Pak Giek Restaurant in Jember City.*

**Keywords:** customer satisfaction, location, price, product quality.

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut

dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2005:15). Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan.

Di Jember sendiri banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis makanan dan minuman. Bisnis tersebut saling berlomba dalam merebut perhatian konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Salah satu

diantaranya adalah Rumah Makan (RM) Ayam Gephok Pak Giek. RM Ayam Gephok Pak Giek merupakan sebuah rumah makan di Jln. Mastrip Jember yang hanya menyediakan satu jenis menu makanan, yaitu ayam lunak berbumbu laos, dengan harga yang terjangkau. RM Ayam Gephok Pak Giek dibuka mulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB. Meskipun banyak produk sejenis, sejak awal berdiri RM Ayam Gephok Pak Giek masih menjadi yang paling diminati konsumen. Hal itu disebabkan karena Ayam Gephok Pak Giek merupakan perintis dalam masakan ayam lunak bumbu laos dengan cita rasa yang khas di Jember. Selain itu, RM Ayam Gephok Pak Giek Jember tidak membuka cabang di daerah lain. RM Ayam Gephok Pak Giek juga selalu ramai dikunjungi konsumen. Hal itu ditunjukkan oleh tempat parkir yang selalu penuh dan persediaan produk yang selalu habis jauh sebelum jam tutup. Setiap harinya RM Ayam Gephok Pak Giek memproduksi kurang lebih 2.000 porsi ayam dan rata-rata persediaan tersebut habis dalam waktu kurang lebih 5 jam.

Rumah makan Ayam Gephok Pak Giek Jember mempunyai peluang dan tantangan seperti rumah makan-rumah makan pada umumnya. Konsumen akan membandingkan kualitas produk, harga, dan lokasi rumah makan Ayam Gephok Pak Giek Jember dengan kualitas produk, harga, dan lokasi yang diberikan rumah makan lain. Ketidakpuasan konsumen atau keluhan konsumen adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan, justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan konsumen, pihak perusahaan bisa lebih banyak belajar mengenali karakter konsumen (Kotler, 2001:65). Dengan kondisi tersebut, perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidakpuasan konsumen. Mengenali kekecewaan atau keluhan konsumen secara dini adalah suatu sikap bijaksana yang harus dilakukan perusahaan Alida (2004). Dengan demikian, perusahaan segera dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan.

Salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor harga. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Harga yang dikenakan pada konsumen sebagai biaya dari produk yang diberikan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen karena konsumen akan merasa puas jika harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan (Kotler, 2005:87). Yulisetiarni Diah (2013) mengungkapkan bahwa harga yang sesuai dengan harapan konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen tersebut.

Selain mempertimbangkan harga, kualitas produk juga berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Penelitian oleh Hutomo (2010) memberikan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh

pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lupiyoadi, 2006:176). RM Ayam Gephok Pak Giek juga dikenal dengan sajian ayam dengan potongan yang besar dan memiliki cita rasa yang unik sehingga sulit bagi pesaing untuk menyamainya, karena itu, diduga kualitas produk Ayam Gephok Pak Giek mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selain itu, faktor lokasi juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Daerah yang strategis dan berada di pusat kota atau keramaian akan menjadi penyebab kepuasan konsumen karena konsumen tidak perlu menempuh jarak jauh untuk sampai ditempat produksi (Kotler, 2001:68).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen RM Ayam Gephok Pak Giek Jember secara parsial maupun simultan. Berdasarkan penelitian empiris yang telah disebutkan, peneliti memiliki hipotesis bahwa harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen RM Ayam Gephok Pak Giek Jember secara parsial maupun simultan.

## Metode Penelitian

### Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory research*, yaitu penelitian yang berusaha menjelaskan hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan. Selain itu juga penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden yang berasal dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang dikuantitatifkan. Sumber data diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden atau disebut dengan data primer.

### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu dengan pendekatan *accidental sampling*. Ferdinand (2006: 51) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 70 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang

digunakan dalam penelitian ini adalah 14 indikator dikalikan dengan 5 (14 X 5 = 70 ).

**Metode Analisis Data**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2) , dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

- Y = Kepuasan konsumen
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Kualitas produk
- X<sub>3</sub> = Lokasi
- Y = Kepuasan konsumen
- b<sub>1,2,3</sub>, = koefisien regresi
- e = error

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji-t untuk pengujian secara parsial dan uji F untuk pengujian secara simultan.

**Hasil Penelitian**

**Deskripsi Variabel Penelitian**

**Tabel 1. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase
1	Laki-Laki	32	45,00%
2	Perempuan	38	54,00%
Jumlah		70	100,00%

Sumber : Data Primer, Maret 2016.

Berdasarkan tabel 1 dari 70 responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berjenis perempuan sebanyak 38 responden (54%) dan sisanya 32 responden (45%) berjenis laki-laki.

**Tabel 2. Data Responden berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Jumlah responden	Presentase
1	Pegawai negeri	2	2,00%
2	Wiraswasta	19	27,00%
3	Pegawai swasta	21	30,00%
4	Pelajar/mahasiswa	28	40,00%
Jumlah		70	100,00%

Sumber : Data Primer, Maret 2016.

Komposisi responden Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 28 responden (40%), kemudian pegawai swasta sebanyak 21 responden (30%), wiraswasta sebanyak 19 responden (27%) dan pegawai negeri sebanyak 2 responden (2%).

**Tabel 3. Data Responden berdasarkan Usia**

No.	Usia (tahun)	Jumlah responden	Presentase
1	17-21	0	0,00%
2	22-26	38	54,00%
3	27-31	20	28,00%
4	32-36	12	17,00%
Jumlah		70	100,00%

Sumber : Data Primer, Maret 2016.

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara 22 tahun hingga 26 tahun sebanyak 38 responden (54%). Hal ini dapat berarti bahwa pengunjung pada Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember didominasi oleh masyarakat usia remaja. Responden dengan interval usia 27 hingga 31 tahun adalah sebanyak 20 orang (28%). Usia responden antara 32 hingga 36 tahun adalah sejumlah 12 orang atau sebesar 17% sedangkan tidak ada responden yang berisus antara 17 hingga 21 tahun (0%)

**Uji Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan melalui analisis item dengan rumus korelasi *pearson product moment*. Hasil pengujian validitas instrumen data penelitian dari variabel harga, kualitas produk, lokasi, dan kepuasan konsumen dapat di lihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,698	0,235	0,025	Valid
	X1.2	0,904	0,235	0,000	Valid
	X1.3	0,857	0,235	0,002	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,775	0,235	0,008	Valid
	X2.2	0,909	0,235	0,000	Valid
	X2.3	0,826	0,235	0,003	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,754	0,235	0,012	Valid
	X3.2	0,940	0,235	0,000	Valid
	X3.3	0,915	0,235	0,000	Valid
Kepuasan Kons. (Y)	X3.4	0,811	0,235	0,004	Valid
	Y.1	0,640	0,235	0,046	Valid
	Y.2	0,921	0,235	0,000	Valid
	Y.3	0,869	0,235	0,001	Valid
	Y.4	0,928	0,235	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2016

Berdasarkan perhitungan uji validitas instrumen data penelitian maka diperoleh hasil bahwa 14 indikator atau item pertanyaan dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Lokasi (X3) dan variabel Kepuasan Konsumen (Y)

semuanya valid karena nilai signifikansi kurang dari tingkat kesalahan ( $p < 0,10$ ). Uji signifikansi validitas instrumen juga dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df = N - 2$ ) dalam pretest ini jumlah sampel ( $n$ ) adalah 70 sehingga besarnya ( $df$ ) adalah 68 dengan tingkat signifikansi 10% maka diketahui nilai  $r_{tabel}$  nya adalah 0,2012 Berdasarkan tabel di atas terbukti semua indikator bisa dibuktikan kevalidannya karena semua nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**2. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan rumus koefisien *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Menurut Prayitno (2010:75) suatu instrumen data penelitian dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas instrumen data penelitian dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Lokasi (X3), dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini.

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Rekomendasi	Keterangan
Harga (X1)	0,764	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,783	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,878	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,860	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2016

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam analisis data pada penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui adalah analisis linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan oleh tabel 4.10 berikut.

**Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien	t-value
(Konstanta)	3,518	2,270
Harga	0,140*	2,716
Kualitas Produk	0,370*	2,761
Lokasi	0,402*	3,562

Adjusted  $R^2 = 0,582$

Sumber: Data diolah, 2016

**Uji Asumsi Klasik**

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias,

dan konsisten. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah residual dalam sebuah model regresi terdistribusi normal ataukah tidak. Untuk mengetahuinya, maka dilakukan uji *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan *output* SPSS, diperoleh nilai *Sig.* uji normalitas sebesar 0,089. Dikarenakan nilai *p-value* tersebut lebih besar dari alpha satu sisi, yaitu  $\alpha = 0,05$  ( $0,089 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel independent atau tidak (Santoso 2002:203). Sebuah model yang tidak mengandung multikolinearitas harus memiliki nilai VIF  $< 10$  atau memiliki angka Tolerance kurang dari 0,1 (Santoso, 2002:208). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Harga (X1)	2,426	0,412	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Produk (X2)	2,009	0,498	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi (X3)	2,651	0,377	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa model regresi mempunyai nilai VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu dengan pengamatan yang lain. Jika varians satu residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada model ini dilakukan uji Glejser. Hasil dari Glejser ditunjukkan oleh tabel di bawah ini.

**Tabel 8. Hasil Uji Glejser**

Variabel	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	0,113	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X2)	0,954	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lokasi (X3)	0,713	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t (parsial)

Taraf kesalahan yang ditetapkan adalah  $\alpha = 10\%$ . Apabila tingkat signifikansi (p-value) yang dihasilkan lebih kecil daripada  $\alpha = 5\%$  (karena menggunakan uji 2 sisi, maka taraf kesalahan  $\alpha = 10\%$  dibagi 2), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil dari uji parsial t-test adalah:

1.  $H_{01}$  menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji t menunjukkan bahwa nilai p-value dari variabel Harga (X1) adalah 0,027 sehingga  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.
2.  $H_{02}$  menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji t menunjukkan bahwa nilai p-value dari variabel Kualitas Produk (X2) adalah 0,007 sehingga  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.
3.  $H_{03}$  menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji t menunjukkan bahwa nilai p-value dari variabel Lokasi (X3) adalah 0,001 sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.

### 2. Uji F (Simultan)

Pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 (karena menggunakan pengujian 2 arah/*two-tailed test*, maka taraf  $\alpha = 0,10$  dibagi 2) dan taraf kepercayaan (level of confidence) sebesar 90%. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis diterima, sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,990 dengan angka signifikansi (P value) sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ , sedangkan pada  $F_{tabel}$  sebesar 2,74. Nilai ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  di tolak. Artinya variabel Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember.

## Pembahasan

### Pengaruh Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel harga yang terdiri dari 3 indikator yakni harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas dan daya saing harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gephok

Pak Giek Jember. Hal ini berarti bahwa naik turunnya harga produk Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember akan mempengaruhi terhadap tinggi rendahnya tingkat kepuasan konsumennya.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli suatu produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka akan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Untuk itu, pihak perusahaan harus bisa memberikan harga jual produk yang sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen agar tercipta kepuasan konsumen secara maksimal. Jika konsumen mendapatkan kepastian harga yang jelas dan diikuti dengan jaminan manfaat yang sesuai dengan harga yang ditawarkan maka konsumen tidak akan ragu untuk melakukan pembelian produk tersebut dan membuat konsumen merasa puas.

Unsur yang terkait dengan variabel harga adalah harga yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga. Harga satu porsi Ayam Gephok yang sebesar Rp 14.000 dengan potongan ayam yang besar cukup terjangkau bagi konsumen Ayam Gephok yang mayoritas adalah mahasiswa dan kelompok masyarakat berusia muda (22-26 tahun). Kelompok masyarakat muda tersebut biasanya cenderung mengonsumsi produk dengan harga terjangkau karena kebanyakan berstatus pelajar dan belum memperoleh penghasilan sendiri. Ketika mengonsumsi produk dengan harga yang terjangkau, konsumen merasa puas, harapannya terpenuhi, dan akan terus mengonsumsi atau melakukan pembelian ulang produk Ayam Gephok Pak Giek Jember. Tak hanya itu, mereka juga merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk tersebut dengan harga yang terjangkau. Biasanya, harga yang terjangkau belum tentu diimbangi dengan kualitas yang tinggi. Namun berdasarkan pendapat responden, harga Ayam Gephok juga sesuai dengan kualitas produknya sehingga mampu menimbulkan kepuasan pada konsumennya. Kualitas produk Ayam Gephok yang tinggi ditunjukkan dengan potongan ayamnya yang besar, rasanya yang lezat dan khas, parutan lengkuasnya yang gurih, porsi nasi yang mengenyangkan, serta disajikan dengan dua jenis sambal, yaitu sambal korek hijau dan sambal terasi. Artinya konsumen merasa puas, selalu mengonsumsi, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk Ayam Gephok Pak Giek Jember dengan harga yang sesuai dengan kualitas produknya.

Selain keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk, konsumen juga menilai bahwa harga makanan dan minuman di RM Ayam Gephok cukup kompetitif dengan pesaing-pesaing lainnya. Meskipun harganya bersaing dengan rumah makan sejenis, namun manfaat yang diperoleh sesuai dengan harga tersebut. Harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, dan harga yang kompetitif mampu membuat harapan konsumen terpenuhi dan selalu membeli produk Ayam Gephok. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan produk Ayam Gephok pada keluarga dan rekan-rekannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2012) yang menyebutkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. TIKI Cabang Semarang. Hal senada juga diungkapkan oleh Diah Yulisetiarni (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan minimarket di Kabupaten Jember. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Marwanto (2016) yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan pada konsumen Go-Jek.

### **Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk yang terdiri dari 3 indikator yakni cita rasa, bahan baku dan tingkat kebersihan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah kualitas produk yang diberikan, maka akan menurunkan kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember.

Unsur yang terkait dengan kualitas produk adalah cita rasa, bahan baku dan tingkat kebersihan. Pada pernyataan pertama dalam indikator variabel ini, konsumen membeli produk Ayam Gephok Pak Giek Jember karena memiliki cita rasa yang lezat, pernyataan ini mendapatkan respon yang bagus dari konsumen. Hal ini berarti kepuasan konsumen akan tercipta apabila Ayam Gephok Pak Giek Jember mampu memberikan cita rasa yang baik. Ayam yang diolah menjadi lunak disertai penggunaan rempah-rempah pilihan menghasilkan cita rasa yang mampu membuat konsumennya terpuaskan. Artinya konsumen merasa puas ketika mengkonsumsi produk RM Ayam Gephok Pak Giek, selalu mengkonsumsi produk Ayam Gephok Pak Giek Jember, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk tersebut dengan cita rasa yang lezat. Penggunaan bahan-bahan yang berkualitas terutama ayam yang segar juga turut mendukung penciptaan produk Ayam Gephok yang berkualitas tinggi. Hal ini dikarenakan industri kuliner seperti RM Ayam Gephok rentan mengalami masalah seperti makanan yang basi, sehingga penggunaan bahan yang berkualitas penting untuk dilakukan demi menghindari masalah tersebut dan menjaga kualitas rasa. Semakin berkualitasnya bahan baku yang digunakan RM Ayam Gephok Pak Giek, maka kepuasan konsumen sangat terpenuhi. Artinya konsumen merasa puas ketika mengkonsumsi produk RM Ayam Gephok Pak Giek, selalu mengkonsumsi produk Ayam Gephok Pak Giek Jember, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk tersebut dengan bahan baku produk yang berkualitas.

Selain itu, penampilan menu makanan dan minuman yang bersih dan higienis juga turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Menu yang terhindar dari hinggapan lalat dan kotoran lainnya perlu untuk menjadi perhatian karena berkaitan erat dengan kesehatan konsumen. Rumah makan perlu menjaga produknya agar tetap higienis karena apabila terjadi masalah kesehatan pada konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut, kepuasan konsumen akan menurun dan akan mengurangi jumlah konsumen. Selama ini, konsumen menilai bahwa menu Ayam Gephok Pak Giek cukup higienis sehingga mampu memuaskan konsumen dan melakukan pembelian ulang. Konsumen yang mendapatkan jaminan kualitas produk pada produk yang mereka beli akan mendapatkan kepuasan yang tak ternilai. Artinya konsumen merasa puas setelah mengkonsumsi produk RM Ayam Gephok Pak Giek, selalu mengkonsumsi, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk tersebut dengan produk yang higienis. Oleh karena itu, kualitas produk yang dimiliki perusahaan hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan, mengingat konsumen selama ini sudah memiliki kepuasan yang tinggi terhadap kualitas produk yang diberikan oleh Rumah Ayam Gephok Pak Giek Jember. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Hutomo (2010) dan Ismail (2014) yang menyebutkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Kurniawan (2013) yang menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Variabel Lokasi (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember.

Lokasi RM Ayam Gephok di Jln Mastrip yang strategis, yaitu berdekatan dengan kampus Universitas Jember, kampus Politeknik Negeri Jember dan juga area perkantoran merupakan kelebihan tersendiri yang membuat konsumen dapat dengan mudah menjangkaunya. Kemudahan dalam menjangkau inilah yang membuat konsumen merasa puas. Artinya konsumen merasa puas ketika mengkonsumsi produk RM Ayam Gephok Pak Giek, dan selalu mengkonsumsi, serta akan merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa harapannya terpenuhi setelah membeli produk RM Ayam Gephok Pak Giek Jember dengan lokasi yang mudah dijangkau. RM Ayam Gephok Pak Giek juga memiliki tempat makan yang cukup luas dan mampu menampung jumlah konsumen yang berkunjung kesana sehingga tidak sampai berdesak-desakan. Meja dan kursi yang berukuran cukup lebar dan tertata rapi membuat konsumen yang mengonsumsi langsung di sana merasa nyaman. Hal ini berarti konsumen akan puas dan selalu membeli produk apabila RM Ayam Gephok Pak Giek Jember mampu memberikan lokasi Rumah Makan yang menyenangkan untuk dijadikan tempat makan, dan akan

menyarankan kepada orang lain. RM Ayam Gephok Pak Giek juga dilengkapi tempat parkir beserta tukang parkirnya, toilet, dan tempat cuci tangan sehingga fasilitasnya cukup memadai. Lokasi yang strategis, lokasi yang nyaman, dan memiliki lahan parkir yang luas mampu membuat harapan konsumen terpenuhi dan selalu membeli produk Ayam Gephok. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan produk Ayam Gephok pada keluarga dan rekan-rekannya. faktor lokasi mampu mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Huda dan Farida (2014) dan Widowati dan Purwanto (2012) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarto (2012) dan Utomo dan Suryawardana (2012) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## Kesimpulan dan Keterbatasan

### Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember secara parsial maupun simultan.

### Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini tidak terlepas dari kemungkinan bahwa sampel yang digunakan kurang bisa mewakili populasi karena jumlahnya yang hanya 70 responden. Sebagai saran, peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih baik untuk hasil penelitian yang lebih representatif.

## Ucapan Terima Kasih

Artikel ini disusun guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu kelancaran pengerjaan artikel ini, terutama pihak RM Ayam Gephok Pak Giek Jember, responden, dan *reviewer* jurnal.

## Daftar Pustaka

- Alida, Palilati. 2004. Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Bugis. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, hal 65-74
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: CV. Indoprint
- Hutomo, Satrio Agyl. 2010. "Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi". *Skripsi*. Universitas Gunadarma
- Huda, Samsul Ahmad dan Farida Ida. 2014. "Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko

Elektronik di Pati". *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.

Ismail, Riswandhi. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah" . *Jurnal Organisasi dan Manajemen Vol. 10 No. 2 pp 179-196*.

Kotler, Philip. 2001. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol**. Jakarta : PT. Prehallindo.

Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran, Jilid 1**. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kurniawan, Didik. 2013. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah". *Skripsi*. Universitas Islam Sunan Kalijaga

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Marwanto, Sigit. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek". *Skripsi*. Universitas Esa Unggul.

Santoso, Singgih. 2001. **Mengolah Data Statistik Secara Profesional**. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

Utomo, Fajar Puji dan Suryawardana, Edy. 2012. "Analisis Pengaruh Persepsi Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi Dan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening". Universitas Negeri Semarang

Widowati, Maduretno dan Purwanto, Agus Budi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Visual Merchandising Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Minimarket Alfamart Di Kota Semarang)". *Jurnal Fokus Ekonomi Vol 9 No 1 pp 65-80*.

Yulisetiari, Diah. 2013. "The Role Of Service, Price, Promotion, Place, And Comfort On Customer Satisfaction And Switching Intention In Minimarket At Jember Regency". *International Research Journal Of Finance And Economics*. Issue 114: 24-32

Yuniarto, Endro. 2012. "Pengaruh Persepsi Tingkat Harga Perumahan, Lokasi, Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Persepsi Permintaan Perumahan (Studi Kasus Perumahan Griya Sekar Gading Kalisegoro Gunung Pati Semarang)". *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang

