

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN KANTIN WAKCIK (Studi Pada Mahasiswa Yang Berdomisili di Seputar Kampus UIN Raden Intan Bandar Lampung)**

**Jeny Puspita**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Satu Nusa Lampung

e-mail: Jeny@gmail.com

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, price and service quality on consumer satisfaction of the Wacik canteen in Sukarame Bandar Lampung. This study used a sample of 100 respondents who were students who lived around the UIN Raden Bandar Lampung campus as the object of research. The data collection method was carried out directly by using questionnaires and interviews with students who were consumers of the Wacik canteen. While the analysis used to determine the effect of the independent variables product quality (X1), price (X2) and service quality (X3) on the dependent variable, namely consumer satisfaction (Y) is multiple linear regression analysis, with SPSS 20 program. The results of this study indicate that by using a significance level of 0.05 because of the two-sided test, 2.5% and  $n = 100$ , the  $t$  table = 1.98498 is obtained. While the  $t$  count for organizational culture seen from the output of data processing is 2.145 for product quality, 3.235 for price, and 2.421 for service quality ( $t$  count  $>$   $t$  table) then based on this  $t$  test it is concluded that product quality, price, and service quality have a significant effect on consumer satisfaction at the Wacik canteen in Sukarame Bandar Lampung. With the  $F$  test, the significance level uses 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ) then the  $F$  table is 2.70. Meanwhile, based on the output of data processing obtained  $F$  count of 350.7100, because  $F$  count  $>$  from  $F$  table, it can be concluded that together there is a significant influence between the independent variables (product quality, price, and service quality) on the dependent variable (consumer satisfaction) at Wacik canteen at Sukarame Bandar Lampung*

**Keywords** : Product Quality, Price, Service Quality, and Consumer Satisfaction

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden yang merupakan mahasiswa yang berdomisili di seputar kampus UIN Raden Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada mahasiswa yang menjadi konsumen kantin Wacik. Sedangkan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah analisis regresi linear berganda, dengan program SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan  $n = 100$  diperoleh  $t$  tabel sebesar = 1,98498. Sedangkan  $t$  hitung untuk budaya organisasi dilihat dari output olah data adalah 2,145 untuk kualitas produk, 3,235 untuk harga, dan 2,421 untuk kualitas pelayanan ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel) maka berdasarkan uji  $t$  ini disimpulkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung. Dengan uji  $F$  Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) maka diperoleh  $F$  tabel sebesar 2,70. Sedangkan berdasarkan output olah data diperoleh  $F$  hitung sebesar 350,7100, karena  $F$  hitung  $>$  dari  $F$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) pada kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberi dampak langsung ke berbagai aspek ekonomi masyarakat, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Diantaranya UMKM tersebut jenis usaha yang paling terkena adalah usaha kuliner. Data ini merupakan hasil survei yang dilakukan Paper.id berkolaborasi dengan SMESCO dan OK OCE dalam untuk mengadakan survei bertajuk “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM”. Survei ini dilakukan secara daring dan dikirimkan kepada lebih dari 3000 UMKM yang ada di 22 provinsi Indonesia. Berdasarkan data temuan yang ada, sebanyak 78 persen responden mengaku mengalami penurunan omzet dan terjadi pada hampir menimpa seluruh bidang usaha. Dalam data survei tersebut, terdapat tiga jenis usaha yang mengalami dampak paling besar adalah kuliner (43,09 persen), jasa (26,02 persen), dan fashion (13,01 persen).

Meski mayoritas responden melakukan pemasaran secara online dan offline (63,40%), hal ini tetap tidak dapat memperbaiki kegiatan usaha yang ada. Hal ini terjadi karena efek pandemi yang menyeluruh dan mengakibatkan menurunnya daya beli konsumen. Dampak penurunan omzet diikuti oleh terhambatnya kegiatan operasional dan finansial usaha. Sebanyak 65 persen responden mengalami masalah pada kegiatan usaha, seperti usaha harus tutup sementara, kesulitan adaptasi WFH (*Work From Home*), serta 24 persen masalah operasional bersumber dari pelanggan seperti menurunnya daya beli konsumen. Survei juga menunjukkan responden mengalami masalah finansial. 68 persen responden mengalami masalah keuangan internal, seperti kenaikan biaya operasional untuk protokol kesehatan (masker dan *hand sanitizer*), dan harus menggunakan modal kerja pribadi. Sementara itu, 26 persen responden mengaku kesulitan dalam mengajukan pinjaman ke bank.

Memang sebelum wabah corona, usaha kuliner diakui sebagai usaha yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi 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 konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Penyedia makanan harus mampu memenangkan persaingan tersebut untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu juga, salah satu strategi untuk memenangkan persaingan ialah konsumen puas dengan produk dan layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting dan menjadi penentu dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan suatu perusahaan. Menurut Mowen dan Minor (2012) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Artinya, kepuasan konsumen merupakan penilaian yang diberikan konsumen pasca pembelian atau penggunaan suatu produk dan jasa yang dilihat dari sikap maupun tindakan. Konsumen yang merasa puas cenderung akan menggunakan produk dan jasa secara terus-menerus, sehingga dapat mendorong timbulnya rasa loyal konsumen dan besar kemungkinan konsumen akan secara spontan mempromosikan produk dan jasa dari mulut ke mulut.

Pada bidang bisnis usaha kuliner, setiap tempat penyedia makanan harus berusaha memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Kepuasan yang diberikan kepada konsumen memiliki tingkatan yang tidak sama karena adanya faktor-faktor penentu yang dilakukan oleh para penyedia makanan diantaranya, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan. Saat ini, tempat penyedia makanan tidak hanya dijadikan sebagai tempat untuk makan namun banyak konsumen yang menjadikannya sebagai tempat untuk bersosialisasi dengan teman maupun komunitasnya, penyedia makanan yang tanggap tentu akan memfasilitasi kebutuhan konsumennya melalui layanan dan jasa yang disediakan. Kondisi tersebut juga didukung oleh gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung senang berada di luar rumah untuk berbincang-bincang sambil bersantai bersama, maka dari itu setiap tempat penyedia makanan

harus mampu memenuhi keinginan konsumen dengan meningkatkan faktor-faktor yang menjadi kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan konsumen dan memenangkan persaingan.

Keberadaan tempat penyedia makanan di wilayah seputar kampus bertujuan untuk memudahkan terpenuhinya kebutuhan makan dan minum yang aman dan terjamin kesehatannya, sehingga dapat menunjang kelancaran aktivitas sehari-hari. Salah satu kampus negeri yang berada di Bandar Lampung ialah Universitas Islam Negeri Raden Intan yang telah mengalami penambahan jumlah program studi dan setiap tahunnya menerima mahasiswa baru dengan jumlah yang cukup banyak. Kondisi ini sempat membawa angin surga bagi pelaku usaha kuliner yang berada di sekitar kampus ini. Kondisi ini juga didukung oleh keberadaan kantor institusi pemerintah di sekitarnya seperti Kejaksaan Negeri, Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Kebersihan dan Pertamanan, Komisi Pemilihan Umum, Puskesmas, serta institusi swasta lainnya dan juga pertokoan. Namun di awal tahun 2020, dengan munculnya wabah corona mengakibatkan kegiatan perkuliahan harus dilakukan secara *online* akibatnya kampus jadi sepi, perkantoranpun menerapkan kebijakan bekerja dari rumah (*Work From Home*). Sehingga beberapa pelaku usaha kuliner terpaksa menutup usahanya, dan beberapa diantaranya juga ada yang masih bertahan dan mesti bersaing.

Persaingan yang sangat ketat memaksa pelaku usaha kuliner saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang kuliner, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2018).

Faktor selanjutnya yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu kebijakan penetapan harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu barang atau jasa sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Selain faktor harga, kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam memenangkan persaingan. Banyaknya jumlah konsumen yang harus dilayani dengan kondisi tempat penyedia makanan yang ada terdapat perbedaan terutama pada tempat penyedia makanan yang murah seperti pada kantin Wacik yang terletak di belakang kampus UIN Raden Intan Bandar Lampung, kantin ini berupaya memberikan layanan yang berbeda pula dari kantin lainnya yaitu layanan antar pesanan *free* ongkir (bebas biaya pengiriman) untuk konsumen yang berdomisili di seputar kampus UIN raden Intan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Kantin Wacik (Studi Pada Mahasiswa Yang Berdomisili di Seputar Kampus UIN Raden Intan Bandar Lampung)".

Untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung tersebut, maka dalam penelitian ini mengidentifikasi dan perlukannya peningkatan persepsi terhadap kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan pada objek yang akan diteliti, sehingga berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung?

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Metode Penetapan Sampel

Sampel adalah sebagian dari unit-unit yang ada dalam populasi yang ciri-ciri atau karakteristiknya benar-benar diselidiki. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:112) apabila objek penelitian kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, selanjutnya jika jumlah lebih dari 100 maka lebih baik diambil antara 10–15 % atau 20 – 25%. Pada penelitian ini penulis langsung melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen kantin Wacik, yaitu mahasiswa yang berdomisili di seputar kampus UIN Raden Intan Bandar Lampung, adapun jumlah mahasiswa yang menjadi responden yaitu sebanyak 100 ditetapkan sebagai sampel. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Sampel yang menggunakan *convenience sampling* ini informasi akan dikumpulkan dari anggota populasi yang dapat ditemui dengan mudah untuk memberikan informasi tersebut.

### 2.2. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_t$$

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Deskripsi setiap Variabel

Sesuai dengan jumlah responden yang telah ditetapkan, maka pada penelitian ini penulis berhasil menyebarkan dan mengumpulkan kembali kuesioner kepada sebanyak 100 orang responden. Kemudian jawaban responden tersebut diolah secara deskriptif, maka hasilnya dapat digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2. *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Konsumen	100	17	45	38.00	4.068
Kualitas Produk	100	16	44	37.04	4.038
Harga	100	17	45	37.43	4.255
Kualitas Pelayanan	100	17	44	37.51	3.973
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Tabel di atas menunjukkan secara ringkas nilai maksimum dan minimum yang dicapai masing-masing variabel dan rata-rata serta standar deviasinya berdasarkan jawaban dari seratusorang responden.

### 3.2. Pengujian Kualitas Data

#### 3.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pada penelitian ini penulis menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) untuk melakukan pengujian validitas.  $r$  tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data  $= (n) = 100$ , maka didapat  $r$  tabel sebesar 0,197. Selanjutnya dilakukan  $r$  tabel

tersebut di bandingkan dengan  $r$  hitung masing-masing variabel. Hasil Uji validitas item pertanyaan untuk semua variabel diketahui  $r$  hitung nilainya tidak ada yang dibawah  $r$  tabel sehingga disimpulkan semua instrument adalah valid.

### 3.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penulis menggunakan pengujian reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha*.

Berdasarkan data hasil pengujian reliabilitas diketahui nilai Cronbach's Alpha rata-rata diatas 0,6 yaitu; 0,926 untuk kualitas produk, 0,919 untuk harga, 0,921 untuk kualitas pelayanan, dan 0,930 untuk kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel dapat dikatakan reliabel.

## 3.3. Pengujian Hipotesis

### 3.3.1. Analisis Regresi linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh tigavariabel yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) dari hasil olah data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.642	1.144		1.435	.154
Kualitas Produk	.230	.107	.228	2.145	.034
Harga	.329	.102	.344	3.235	.002
Kualitas Pelayanan	.414	.171	.405	2.421	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil uji regresi pada tabel di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,642 + 0,230X_1 + 0,329X_2 + 0,414X_3$$

1.  $a = 1,642$  artinya jika  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$  nilainya 0, maka  $Y$  nilainya adalah 1,642
2. Koefisien regresi variabel  $X_1$  (kualitas produk) sebesar 0,230; artinya jika nilai  $X_1$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (kepuasan konsumen) akan mengalami kenaikan sebesar 0,230 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Artinya semakin baik kualitas produk menurut persepsi konsumen, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi variabel  $X_2$  (harga) sebesar 0,329; artinya jika nilai  $X_2$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (kepuasan konsumen) akan mengalami kenaikan sebesar 0,329 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Artinya semakin baik harga menurut persepsi konsumen, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen.
4. Koefisien regresi variabel  $X_3$  (kualitas pelayanan) sebesar 0,414; artinya jika nilai  $X_3$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (kepuasan konsumen) akan mengalami kenaikan sebesar 0,414 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Artinya semakin baik kualitas pelayanan menurut persepsi konsumen, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen.

Sedangkan angka koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel *Model Summary* sebagai berikut:

Tabel 4. Koefisien Determinasi Model Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,957 <sup>a</sup>	0,916	0,914	1,194

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah 2021

Dari hasil olah data (output) diperoleh nilai Koefisien korelasi (R) sebesar 0,957, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang masuk kategori sangat kuat atau sangat tinggi antara kualitas produk, hargadan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung. Kemudian dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,916 atau 91,6% maka dapat dikatakan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas produk, hargadan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 91,6% sedangkan sisanya sebesar 8,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

### 3.3.2. Uji regresi Simultan dan Parsial

Berdasarkan output olah data diperoleh F hitung sebesar 350,710, dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  maka diperoleh F tabel untuk  $n=100$  sebesar 2,70 karena F hitung > dari F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga berdasarkan uji F diatas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung.

Pengujian koefisien regresi parsial variabel pelatihan, kompetensi dan disiplin kerjadengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan  $n = 100$  diperoleh t tabel sebesar = 1,98498. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data adalah 2,145 untuk kualitas produk, lalu 3,235 untuk harga, dan 2,421 untuk kualitas pelayanan (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan secara parsial kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kantin Wacik di Sukarame Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulistyawati, *et. all* (2015) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ditunjukkan dengan dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan perbedaan gender berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud. Kemudian hasil penelitian Ronitawati, *et. all* (2016) menyimpulkan bahwa ada hubungan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya, hasil penelitian Meftahudin (2018) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas kantin berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kantin UNSIQ. Sedangkan hasil penelitian Rabiah (2020) menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis terhadap ketiga variabel independen diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, dan hal ini konsisten dengan temuan peneliti sebelumnya. Lalu variabel harga menempati urutan kedua, baru kemudian diikuti variabel kualitas produk pada urutan ketiga. Untuk kualitas pelayanan indikator bukti langsung menunjukkan skor tertinggi untuk itu hal ini perlu dipertahankan, adapun contoh bukti langsung yang telah diterapkan oleh kantin Wacik yaitu pelayanan antar pesanan bebas ongkos kirim. Sedangkan indikator empati memperoleh skor terendah, karena itu perlu dilakukan evaluasi untuk diperbaiki. Kemudian pada variabel harga ditemukan indikator daya saing harga menunjukkan skor tertinggi, hal ini patut dimaklumi karena posisi kantin di wilayah seputar

kampus sehingga konsumen yang paling dominan adalah mahasiswa. Variabel selanjutnya adalah kualitas produk, indikator tertinggi adalah keandalan dalam hal ini kantin harus senantiasa berupaya untuk menyajikan makanan atau minuman yang menggugah selera konsumen.

#### 4. KESIMPULAN

##### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi secara parsial, maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan memperbaiki kualitas produk terutama terhadap indikator dengan skor tertinggi yaitu keandalan.
2. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi secara parsial, maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan mempertahankan harga yang bersaing.
3. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi secara parsial, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

##### 4.2. Saran

1. Berdasarkan kesimpulan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, maka dilihat dari jawaban responden perlu diperbaiki terutama terhadap indikator yang memiliki skor terendah yaitu; kualitas yang dipersepsikan, hal ini dapat ditindak lanjuti dengan meningkatkan kualitas produk agar tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing disekitarnya.
2. Berdasarkan kesimpulan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, maka dilihat dari jawaban responden perlu diperbaiki terutama terhadap indikator yang memiliki skor terendah yaitu; kesesuaian harga dengan manfaat, hal ini dapat ditindak lanjuti dengan menghasilkan produk dengan manfaat lebih namun tetap bertahan dengan harga bersaing agar tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing disekitarnya.
3. Berdasarkan kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, maka dilihat dari jawaban responden perlu diperbaiki terutama terhadap indikator yang memiliki skor terendah yaitu; empati, hal ini dapat ditindak lanjuti dengan meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan konsumen.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto, & I. Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Managemet. Edisi 1*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Mithahudin. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kantin Unsiq Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq)" dalam *Jurnal: PPKM III*, h 281-288.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga
- Rabiah. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda" dalam *E-Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.8 No.1
- Rosnitawati, Putri. & Simangunsong, Desi W.T. 2016. "Analisis Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Penyelenggaraan Makanan di Kantin Universitas Esa Unggul". dalam *Jurnal: Nutrire Diaita*, Vol.8 No.2
- Sulistiyawati, Ni Made Arie. 2015. "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar" dalam *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.4 No.8

---

Wood, M. B. 2009. *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran, Edisi Ketiga*. (Terjemahan Benyamin Molan). Jakarta: PT. Indeks.