

**PENGARUH HARGA, KEMASAN, CITA RASA, KUALITAS PRODUK, LOKASI
DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUBUR AYAM
BANDUNG ABAB SURYA**

***THE EFFECT OF PRICE, PACKAGING, TASTE, PRODUCT QUALITY, LOCATION
AND SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF ABAB SURYA BANDUNG
CHICKEN PORRIDGE***

George Fredik Huninhatu¹, Budi Prihatminingtyas², Jatmiko Setiaji³

¹Program Studi Magister Ekonomi Pertanian Sekolah Pascasarjana Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang.

Email: orgehuninhatu@gmail.com

²Program Studi Magister Ekonomi Pertanian Sekolah Pascasarjana Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang

Email: hatmining@yahoo.co.id

³Program Studi Magister Ekonomi Pertanian Sekolah Pascasarjana Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang

Email: mikoadji73@gmail.com

ABSTRACT

culinary field is happening everywhere with a wide variety of products making culinary market competition fast, one of which is Bandung Abah Surya chicken porridge in the city of Malang. The purpose of this study was to determine the dominant factor that has a significant effect on customer satisfaction of Bandung Abah Surya chicken porridge in the city of Malang. Method: The research method is quantitative. The population taken was 60 buyers of Bandung Abah Surya chicken porridge and 38 people as samples. The sampling technique is simple random sampling, data collection was carried out by interviewing and filling out questionnaires, the indicators assessed were price, packaging, taste, product quality, location and service on customer satisfaction Bandung Abah Surya chicken porridge, Results: Of all the variables tested on consumer satisfaction (Y) there is a service variable in the Bandung Abah Surya chicken porridge which has a very significant effect by obtaining a value of 6.654 which is very different from the other variables. Conclusion: The service variable has a very significant effect on the customer satisfaction of Bandung Abah Surya chicken porridge.

Keywords: Globalization era, competition, culinary, Bandung Abah Surya's chicken porridge

ABSTRAK

Pendahuluan di era globalisasi saat ini pertumbuhan beragam bisnis dibidang kuliner terjadi di mana-mana dengan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar kuliner menjadi pesat, salah satunya yaitu bubur ayam Bandung Abah Surya yang ada di kota Malang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang dominan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bubur ayam Bandung Abah Surya di kota Malang. Metode: Metode penelitian adalah kuantitatif. Populasi yang diambil 60 orang pembeli bubur ayam Bandung Abah Surya dan 38 orang sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel *simple random*

sampling, pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan pengisian kuesioner, indikator yang dinilai yaitu harga, kemasan, cita rasa, kualitas produk, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bubur ayam Bandung Abah Surya, Hasil: Dari semua variabel yang diuji terhadap kepuasan konsumen (Y) terdapat variabel pelayanan yang ada pada bubur ayam Bandung Abah Surya berpengaruh sangat signifikan dengan memperoleh nilai sebesar 6,654 berbeda jauh dari variabel yang lain. Kesimpulan: Variabel pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan bubur ayam Bandung Abah Surya.

Kata kunci: Era globalisasi, persaingan, kuliner, bubur ayam Bandung Abah Surya

PENDAHULUAN

Pertumbuhan beragam bisnis dibidang kuliner menjadikan persaingan pada pasar kuliner, salah satunya yaitu bubur ayam Bandung Abah Surya yang ada dikota Malang. Wira usaha dengan berbagai strategi skil dan pengalaman untuk mengembangkan usaha sehingga pendapatan bertambah. Pengaruh berbagai faktor pendukung dari usaha bubur ayam tersebut dengan memperhatikan harga, kemasan, cita rasa, kualitas produk, lokasi, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan selalu membeli produk jika harganya terjangkau, kemasan menarik, rasa berbeda dengan bubur ayam yang lain, kualitas bagus, lokasi terjangkau, pelayanan yang baik terhadap kepuasan pelanggan puas untuk membeli lagi. faktor utama yang sering kita jumpai pada usaha atau bisnis yaitu harga,

Menurut Prihatmngtyas (2018) harga adalah suatu biaya yang dikeluarkan konsumen, untuk membeli produk faktor terkendali yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para wira usaha, harga yang ada pada usaha bubur ayam Bandung Abah Surya memiliki harga yang sesuai dengan kualitas buburnya dan tentunya bisa dijangkau semua kalangan, dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya selain harga juga ada kemasan yang merupakan faktor penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi digunakan juga sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk, bubur ayam Bandung Abah Surya,

Konsumen lebih tertarik pada bubur ayam yang rasanya enak dan berbeda dengan yang lain dan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, dimana apabila suatu makanan memiliki cita rasa yang enak sudah pasti konsumen akan puas, bubur ayam yang ada diMalang banyak memiliki ciri khas tersendiri salah satunya bubur ayam Bandung Abah Surya memiliki tekstur yang lembut, kenyal dan asin yang cukup sehingga dapat menarik pembeli loyal membeli pruduk ini, (Siregar *et al*, 2021), bubur ayam tidak terlepas juga dari kulitas karena termasuk faktor yang penting dalam meningkatkan persaingan, konsumen mempunyai keinginan yang berbeda-beda dan setiap saat bisa berubah, sehingga kualitas kualitas produk yang diberikan harus disesuaikan dengan keinginan para konsumen. Konsumen yang sekarang dengan konsumen yang dulu sangat jauh berbeda, konsumen akan membandingkan dan menilai pelayanan yang diberikan oleh salah satu wirausa dengan lainnya yang dalam bidang yang sama, juga mereka akan membandingkan layanan yang didapatkan dengan apa yang mereka terima (Novitawati & Prihatminingtyas, 2019)

Selain faktor pendukung lain ada juga lokasi yang sangat berperan penting dalam meningkatkan sebua usaha bubur ayam menjadi lebih maju karena lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang, adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan suatu lokasi usaha bisnis yang akan dilakukan yaitu,

akses,visibilitas,tempat parkir yang luas dan ekspansi, lokasi yang tepat juga menjadikan modal agar mecapai tujuan usaha. memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis, selain itu juga memudahkan konsumen untuk menuju lokasi usaha. Lokasi dari bubur ayam Bandung Abah Surya sendiri memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen sehingga dengan adanya lokasi yang strategis ini diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardiansyah (2019),

Faktor selain lokasi ada juga yang tak kalah penting juaga dalam sebuah usa yaitu pelayanan, merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha atau bisnis sehingga para wira usaha perlu meningkatkan kualitas merupakan faktor kunci yang memeiliki pengaruh bagi keberhasilan sebua bisnis yang ditekuni karena dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang ada pada usaha bubur ayam Bandung Abah Surya sudah dilakukan semaksimal mungkin sehingga pelanggan sering membeli pruduk bubur ayam yang di jual, Kualitas pelayanan iyalah bagaimna sikap kesopanan dan kata-kata yang diucapkan serta disampaikan oleh penjual kepada konsumen yang membeli produk tersebut (Prihatminingtyas, B. 2019)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan Teknik Slovin dengan rumus Slovin. Dalam Sugiyono (2016:87) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = error tolerance maksimum 10% (0,1)

Dalam penelitian ini jumlah populasi N = 60 orang dan error tolerance ditentukan sebesar10%. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{60}{1 + (60 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{60}{1,6}$$

$$n = 37,5 = 38 \text{ orang}$$

- 5 Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Arieska dan Herdiani (2018). Setiap elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil, dalam penelitian ini jumlah populasi 60 orang dan untuk menentukan 38 orang sebagai sampel diambil pada saat ketemu dan membeli bubur ayam Bandung Abah Surya, Jenis data yang digukan yaitu data primer dan data sekunder, metode pengambilan

data mengunakan ovservasi dan kuisisioner, analisis data yang digunakan antara lain, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, Uji Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Keadaan responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 24 orang sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang Laki-laki lebih mendominasi dikarenakan dalam menjalankan sebuah usaha memerlukan tenaga yang extra dan pada umumnya laki-laki memiliki tenaga yang lebih besar dibandingkan dengan perempuan, akan tetapi tidak menutup kemungkinannya bagi kaum perempuan untuk melakukan hal tersebut.

2. Usia

Usia responden yang terbanyak adalah yang berusia antara 17 – 26 tahun yaitu 22 responden sedangkan lainnya yaitu berusia antara 37-46 tahun sebanyak 8 responden berusia 27-36 dan 57-66 tahun masing-masing sebanyak 3 responden dan berusia 47-56 tahun sebanyak 2 responden.

3. Tingkat Pendidikan

Sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan S-1 sebanyak 19 orang dengan sedangkan tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 11 orang sedangkan jumlah karyawan paling sedikit dengan tingkat S-2 dan SMP masing-masing sebanyak 1 orang dengan persentase terendah, Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan yang tinggi memungkinkan para pengusaha untuk dapat lebih mengembangkan dirinya serta menata pola pikirnya dalam menyerap teknologi yang baru, sedangkan pendidikan yang rendah tentunya akan sulit dalam menerapkan teknologi-teknologi yang baru yang akan mereka gunakan untuk mempermudah dalam menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan.

4. Jenis Pekerjaan

Responden sebanyak 25 orang bekerja sebagai karyawan swasta, selanjutnya sebanyak 11 orang responden bekerja sebagai mahasiswa dan sebanyak 1 orang atau responden adalah pedagang dan wirausaha.

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan uji SPSS. Berdasarkan out put computer (lampiran SPSS) seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikan di bawah 5%. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh masing-masing pernyataan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi product moment dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5% yaitu di atas 0,413 (lihat tabel nilai kritis korelasi r product moment untuk $n = 64$ sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas konstrak atau dalam bahasa statistic terdapat konsistensi internal (*internal consistence*) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	r-hitung							r-Tabel	Keterangan
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y		
1.	0,488	0,441	0,479	0,579	0,466	0,652	0,465	0,413	Valid
2.	0,430	0,549	0,597	0,526	0,421	0,627	0,473		Valid
3.	0,426	0,539	0,498	0,418	0,542	0,623	0,530		Valid
4.	0,448	0,545	0,614	0,554	0,455	0,851	0,713		Valid
5.	0,417	0,718	0,442	0,675	0,434	0,664	0,494		Valid
6.	0,471	0,875	0,428	0,611	0,460	0,684	0,469		Valid
7.	0,427	0,607	0,590	0,450	0,552	0,780	0,560		Valid
8.	0,450	0,608	0,706	0,510	0,493	0,608	0,719		Valid
9.	0,582	0,794	0,559	0,562	0,607	0,543	0,459		Valid
10.	0,536	0,647	0,631	0,679	0,465	0,445	0,442		Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 1, menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel X, diperoleh bahwa nomor butir pernyataan 1-10 dinyatakan Valid karena nilai r hitung > r tabel sedangkan butir pernyataan yang r hitung < r tabel atau yang tidak valid dinyatakan tidak ada.

1. Hasil Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas berdasarkan *Cronbach Alpha* yang lazim digunakan untuk penelitian. Analisis ini digunakan agar koefisien minimum dapat diterima di atas, 0,60. Uji reliabilitas memperlihatkan bahwa secara keseluruhan tingkat kehandalan telah memenuhi persyaratan. Untuk lebih jelasnya besarnya nilai alpha pada masing-masing variabel diperlihatkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Alpha	Keterangan
X1	0,641	0,60	Reliabel
X2	0,738		Reliabel
X3	0,709		Reliabel
X4	0,733		Reliabel
X5	0,683		Reliabel
X6	0,756		Reliabel
Y	0,724		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Corbach alpha* masing-masing variabel yaitu harga, kemasan, cita rasa, kualitas produk, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai *Cornbach alpha* di atas 0,60. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal. Dengan kata lain kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti dinilai sudah menunjukkan ketepatan, keakuratan atau konsistensi alat dalam mengungkapkan gejala yang berhubungan dengan variabel terkait.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada pengujian kali ini penguji menggunakan metode uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji K-

S dilakukan dengan membuat hipotesis: Ho: Data residual berdistribusi normal Ha : Data residual tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	.613
Asymp. Sig. (2-tailed)	.847

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil output SPSS pada Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* 0,613 dengan nilai Asymp. Sig 0,847, karena hasil dari signifikansinya $> 5\%$ maka artinya Ho di tolak, sehingga data residual berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian asumsi ini dilakukan untuk membuktikan variabel-variabel bebas dalam suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan lainnya. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan kriteria: jika nilai tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , variabel bebas yang ada memiliki masalah multikolinearitas.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa terdapat variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan tidak ada yang memiliki *tolerance value* lebih kecil dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinearitas. Hasil pengujian terhadap multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

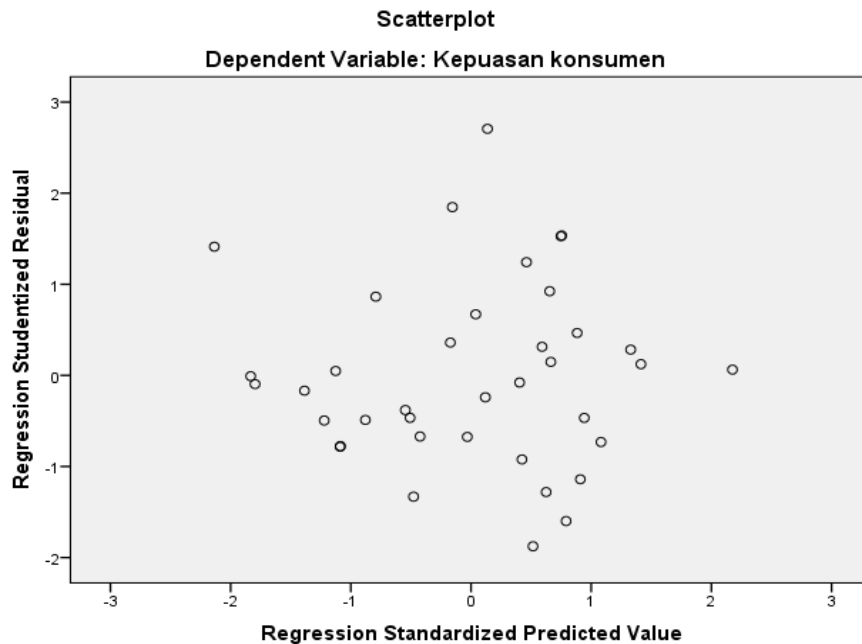
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(X1) Harga	0,131	7,607	Tidak terjadi multikolinearitas
(X2) Kemasan	0,205	4.867	Tidak terjadi multikolinearitas
(X3) Cita rasa	0,689	1.452	Tidak terjadi multikolinearitas
(X4) Kualitas produk	0,477	2,097	Tidak terjadi multikolinearitas
(X5) Lokasi	0,095	4,558	Tidak terjadi multikolinearitas
(X6) Pelayanan	0,396	2,522	Tidak terjadi multikolinearitas

Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2023

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan cara melihat grafik plot nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residunya (SRESID). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas seperti gambar di bawah ini.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik *Scatter Plot*
Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Gambar 1, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya yaitu harga, kemasan, citarasa, kualitas produk, lokasi dan pelayanan. Setelah dilakukan uji asumsi klasik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dalam penelitian ini bebas dari asumsi dasar (klasik) tersebut, sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan penelitian.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (T)

Analisis regresi linier berganda dilakukan peneliti untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Uji parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Asumsinya :

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar 0,1 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil 0,1 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Secara terperinci hasil t-hitung dijelaskan dalam Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.071	6.337		.958	.346
(X1) Harga	.985	.162	.753	6.073	.000
(X2) Kemasan	.805	.190	.910	4.229	.000
(X3) Cita rasa	.529	.187	.487	2.828	.008
(X4) Kualitas	.245	.081	.285	3.033	.005
(X5) Produk	.451	.179	.284	2.516	.017
(Y1) Pelayanan	1.431	.215	1.688	6.654	.000

Dependent Variable : Kepuasan konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 5, dapat diketahui dari hasil analisis regresi dapat diperoleh koefisien regresi untuk variabel harga (X1) sebesar 0,985, variabel kemasan (X2) sebesar 0,805, variabel citarasa (X3) sebesar 0,529, variabel kualitas produk (X4) sebesar 0,245, variabel lokasi (X5) sebesar 0,451 dan variabel pelayanan (X6) sebesar 1,431 dengan konstanta sebesar 26,071 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,985 (X1) + 0,805 (X2) + 0,529 (X3) + 0,245 (X4) + 0,451 (X5) + 1,431 (X6) + e$$

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang diterima, menunjukkan nilai t-hitung 6.073 dan nilai sig sebesar 0,000. Artinya bahwa harga (X1) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y).

2. Pengaruh kemasan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji pengaruh kemasan terhadap kepuasan konsumen yang diterima, menunjukkan nilai t hitung 4.229 dan nilai sig sebesar 0,000. Artinya bahwa kemasan (X2) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh citarasa (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji pengaruh citarasa (X3) terhadap kepuasan konsumen yang diterima, menunjukkan nilai t-hitung 2,828 dan nilai sig sebesar 0,008. Artinya bahwa citarasa berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y).

4. Pengaruh kualitas produk (X4) terhadap pelanggan (Y)

Hasil uji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang diterima, menunjukkan nilai t-hitung 3,033 dan nilai sig sebesar 0,005. Artinya bahwa kualitas produk (X4) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y).

5. Pengaruh lokasi (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang diterima, menunjukkan nilai t-hitung 2,516 dan nilai sig sebesar 0,017. Artinya bahwa lokasi (X5) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y)

6. Pengaruh pelayanan (X6) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil uji pengaruh pelayanan (X6) terhadap kepuasan pelanggan yang diterima, menunjukkan nilai t-hitung 6,654 dan nilai sig sebesar 0,000. Artinya bahwa pelayanan (X6) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y).

7. Variabel pelayanan (X6) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bubur ayam Bandung Abah Surya hasil yang diterima menunjukkan nilai t-hitung 0,654 lebih besar daripada variabel yang lain yang diuji.

Nilai konstanta sebesar 26.071 artinya jika harga (X1), pelanggan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6) bernilai mendekati 100% maka tingkat

kepuasan konsumen bernilai positif sebesar 26,071 dengan kata lain, dengan adanya harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6) akan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

2. Uji Simultan (F)

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel dependen (harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6)) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen kepuasan konsumen. Asumsinya adalah :

- Apabila nilai signifikansi $< 0,10$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya variabel independen (harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6)) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen (Y)).
- Apabila nilai signifikansi $> 0,10$ maka H_0 diterima dan menolak H_a . Artinya variabel independen (harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6)) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen (Y)).

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	df	ANOVA ^a		
			Mean Square	F	Sig.
Regression	274,167	6	45,694	22,191	0,000 ^b
Residual	63,833	31	2,059		
Total	338,000	37			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Kualitas produk, Lokasi, Citarasa, Kemasan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil analisis uji F didapat F hitung sebesar 22,191 dengan tingkat probabilitas 0.000 (Signifikasi). Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,1 maka, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6) secara simultan atau secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan (Y).

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6)) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen (X6)) dengan melihat Adjusted R Square. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,901 ^a	0,811	0,775	1.43497

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Kualitas produk, Lokasi, Citarasa, Kemasan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Nilai Adjusted R² dari model diperoleh sebesar 0,775 yang berarti bahwa 77,50% tingkat kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh harga (X1), kemasan (X2), citarasa (X3), kualitas produk (X4), lokasi (X5) dan pelayanan (X6), menunjukkan sebagai model dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya 22,50% tingkat kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel lain atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X6) dengan nilai 6,654 dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain seperti harga (X1) 6,073, kemasan (X2) 4,229, cita rasa (X3) 2,828, kualitas produk (X4) 3,033, lokasi (X5) 2,516 yang diteliti terhadap kepuasan konsumen bubur ayam Bandung Abah Surya, Kota Malang.

Saran

Diharapkan kepada pemilik bubur Ayam Bandung Abah Surya Kota Malang agar tetap menjaga kualitas dari bubur ayam, juga memberikan harga yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakatan dapat membeli bubur ayam, dan bagi peneliti lanjut agar dapat mengkaji lebih lanjut variabel-variabel dalam penelitian ini terhadap kepuasan konsumen bubur ayam Bandung Abah Surya Kota Malang, dengan menambahkan variabel-variabel lain, selain dari variabel yang telah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan teknik sampling berdasarkan perhitungan efisiensi relatif. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 6(2).
- Darmawan, D. D. D. (2017). Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuranhidroponik. *Agrimas*, 1(1), 28-37.
- Edrisy, I. F., & Rozi, F. (2021). Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pengancaman Pornografi (Study Kasus Polres Lampung Utara). *Jurnal Hukum Legalita*, 3(2), 98-109.
- Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery. *Jurnal Bening*, 6(1), 214. <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1798>
- Ibrahim Fikma Edrisy, dan Fahrul Rozi, 2021. "Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pengancaman Pornografi" (Study Kasus Polres Lampung Utara). (Halaman 1). Lampung Utara: Universitas Muhammadiyah Kotabumi.
- Novitawati, R. A. D., & Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(4), 175-180.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar Landungsari. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 7(2), 147-154.

- Prihatminingtyas Budi, 2018. Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Malang. Conference On Innovation And Application Of Science And Technology (CIASTECH), ISSN Online:2622-1284.
- Prihatminingtyas Budi 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Vol.8 No.4 (2019). ISSN: 2442-6962.
- Siregar, A. H., Susana, Z. R., & Desmawati Hasibuan, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(1), 22-33.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung, Alfabeta.