



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KENYAMANAN TEMPAT
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG BAKSO BOGEM**

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

SOFIAH ELFAR HIYATI

NPM. 21701081325



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024



ABSTRACT

This study aim is to analyze the effect of product quality, price and place convenience on consumer satisfaction at Warung Bakso Bogem. In this study there are 4 variables, 16 indicators, and 4 hypothesis. Sample used on this study are 94 respondens. The survey result then being proceed and analyze using multiple regression analysis using SPSS program. The results simultaneously show that the variables of Product Quality, Price and Place Convenience have a positive effect together on Customer Satisfaction at Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan. While partially show that the variables of Product Quality, Price and Place Convenience have a positive effect on Customer Satisfaction at Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.

Keyword : Product Quality, Price, Place Convenience, Customer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada 2020, perekonomian Indonesia memasuki masa yang sangat sulit. Pergantian kekuasaan dari era orde baru ke era reformasi yang disertai dengan krisis multidimensial mengakibatkan pengangguran di mana-mana. Perekonomian pada saat itu yang terpusat pada usaha-usaha besar mengalami kesulitan besar. Dilain pihak ketidakpastian sosial politik begitu terasa. Semua orang merasa tidak pasti. Ditengah ketidakpastian tersebut di mana sangat sulit untuk mencari pekerjaan sehingga banyak orang yang kemudian membuka usaha.

Pada era ini aktifitas manusia mengalami perubahan dalam ruang lingkup, skala, kompleksitas dan transformasi di dunia bisnis. Dalam keseharian masyarakat pasti membutuhkan tempat makan dan minum, atau hanya sekedar menikmati waktu untuk meminum kopi dan berkumpul bersama orang-orang terdekat. Bakso adalah makanan sederhana yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia khususnya Jawa Timur. Hampir semua kota yang ada di Jawa Timur menjual Bakso baik yang ada di kota maupun di desa-desa. Tempat untuk dapat menemukan makanan dan minuman pada era sekarang sangat banyak dijumpai. Biasanya tempat-tempat tersebut kerap disebut restoran atau warung. Restoran dan warung memiliki perbedaan sendiri. Restoran memiliki tampilan eksklusif yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk mencobanya. Berbeda dengan itu, warung lebih terkesan sederhana bahkan biasanya hanya berbentuk rumah biasa dengan bangku kayu dan ada juga yang lesehan. Warung

biasanya juga terkesan lebih *homey*. Tujuan operasional sebuah restoran atau warung adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial dengan cara menjual makanan dan minuman serta pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggan yang datang. Di tiap-tiap restoran atau warung sendiri juga memiliki cara penyajian, konsep desain bangunan, dan hingga jenis-jenis makanan dan minuman yang berbeda-beda. Jenis-jenis restoran ada beberapa yaitu, restoran cepat saji (*fast food*), *fast casual dining*, *café and eatery*, *casual style dining*, dan *fine dining*. Sedangkan jenis-jenis warung ada warung nasi dan warung kopi. Mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya. Hal tersebut menyatakan bahwa jumlah usaha warung atau restoran lebih mendominasi. Faktor yang mempengaruhi adalah harga yang ada di warung lebih terjangkau jika harus pergi ke restoran. Segi tempat juga warung tidak kalah nyaman dibandingkan restoran, yang biasanya sekarang warung juga sudah tersedia fasilitas berupa *wi-fi* dan tempat *charge* ponsel.

Menurut (Kotler dan Keller, 2012) kepuasan konsumen adalah perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbandingan antara persepsi konsumen dengan hasil pengalaman yang dirasakan terhadap produk yang bersangkutan.

Kualitas produk yang disajikan kepada konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen kepada produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2010)

kualitas produk adalah suatu produk yang mampu untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Konsumen menyesuaikan produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan karena kebutuhan konsumen merasa tercukupi setelah memiliki merk produk yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Dalam melakukan suatu pembelian produk tentu akan ada fase mempertimbangkan kemampuan dana yang dimiliki saat akan melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, menjadi perhatian bagi para pelaku usaha untuk menetapkan harga jual produknya. Menurut (Tjiptono, 2008) harga adalah unsur bauran pemasaran utama yang dapat memberikan pemasukan/pendapatan bagi perusahaan. Harga yang diberikan menjadikan suatu opsi pertimbangan untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dengan menyesuaikan harga produk.

Harga merupakan unsur bauran yang sangat mempengaruhi bagi pendapatan perusahaan. Setelah menentukan harga, pelaku usaha melakukan promosi pada produknya untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Setelah ada harga yang telah disepakati, konsumen juga mempertimbangkan faktor kenyamanan tempat dari tempat pelaku usaha tersebut. Menurut Permana (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa kenyamanan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika tingkat kenyamanan naik maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Warung Bakso Bogem salah satu warung makan yang ada di kota Pandaan. Warung Bakso Bogem ini merupakan usaha yang dikembangkan oleh Mbak Elfa yang didirikan pada tahun 2020. Menu bakso yang dijual di warung ini menawarkan berbagai menu yang tidak dijumpai pada kebanyakan warung bakso yang ada. Harga per porsi bervariasi mulai dari harga Rp 5.000 sampai Rp 25.000 dengan dengan sistem penjualan prasmanan artinya konsumen bisa mengambil sendiri.

Pada saat awal dibukanya Warung Bakso Bogem memang tidak bisa langsung ramai konsumen yang datang. Akan tetapi seiring berjalannya waktu Warung Bakso Bogem yang awalnya hanya menyediakan beberapa menu bakso dan minuman lainnya kini mengalami perkembangan dengan menambahkan daftar beberapa variasi produk ke dalam menunya yang membuat konsumen mulai banyak berdatangan. Semenjak awal hingga sekarang Warung Bakso Bogem didirikan, semakin meningkat juga jumlah konsumen yang datang ke Warung Bakso Bogem karena telah dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk yang diberikan oleh penjual kepada konsumen. Kualitas produk yang diberikan oleh penjual yakni cita rasa dari variasi produk yang konsisten hingga sekarang dan ke higienisan terhadap bahan baku yang digunakan walaupun cuma sekedar warung sederhana. Harga yang diberikan juga sudah menyesuaikan dengan target pasar dari penjual yakni yang menargetkan remaja, *driver* ojol, karyawan kerja, dan para konsumen lainnya yang singgah di reat area Masjid Ceng Ho Pemberian fasilitas juga berdampak positif terhadap pembeli yaitu pada kenyamanan tempat yang diberikan kepada konsumen. Dengan penyediaan *wi-fi* dan

stopkontak yang memadai serta meja kursi yang tertata dengan indah membuat konsumen nyaman dan betah di tempat tersebut. Tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda dua dan roda empat, serta lokasi strategis yang terletak di reat area Masjid Ceng Ho membuat konsumen dari kalangan masyarakat meningkat. Berdasarkan fenomena yang diperoleh dengan demikian penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana kualitas produk yang konsisten walaupun hanya warung sederhana, harga dari Warung Bakso Bogem yang relatif terjangkau untuk konsumen, serta kenyamanan tempat yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Warung Bakso Bogem.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penelitian ini mengambil judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Warung Bakso Bogem Pandaan).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk, harga dan kenyamanan tempat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan?
2. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan ?
3. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan ?
4. Bagaimana kenyamanan tempat berpengaruh pada kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk, harga, kenyamanan tempat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kenyamanan tempat terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Bogem Pandaan.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha, penelitian ini dapat dijadikan acuan tambahan referensi mengetahui pengaruh kepuasan dari konsumen. Agar pelaku usaha dapat menentukan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Dapat memberikan informasi terkait pengaruh kualitas produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan dari konsumen, harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau sesuai dengan target pasar, kenyamanan tempat yang dilakukan dapat meyakinkan konsumen sehingga dapat mempengaruhi

kepuasan konsumen. Sehingga dapat mengoptimalkan tujuan dari pelaku usaha.

3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah bahan referensi sebagai pengembangan para peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linear berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Kenyamanan Tempat berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.
3. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.
4. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kenyamanan Tempat berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.

5.2 Keterbatasan

1. Pengamatan ini hanya dilakukan terhadap konsumen pada salah satu tempat usaha yaitu Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan saja.
2. Nilai R square sebesar 96,1 % yang menunjukkan bahwa ada sejumlah variabel lain yang memengaruhi Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Bogem Mlaten Pandaan.

5.3 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah lokasi penelitian
2. Untuk Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lain seperti, *Brand Image*, promosi, media sosial, dan kualitas pelayanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.Alma, B.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Alvino, G. (2020, November 20). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Retrieved from https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20958/2/T1_212015200_Full%20text.pdf
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rinneka Cipta.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Emba*, 1686-1814.
- Chester L. Hunt dan Paul B. Horton, 1993. *Sosiologi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Choirunisa, M. P., Suryadi, & Septiani, N. (2023). Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 133-140.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P., &Fruchter,B. (1978). *Fundamental Statistic in Psychology*. California:Brooks/ColePublishingCompany
- G. M., L. K., & J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Tradisional Remboken. *EMBA*, 2469-2477.
- Iskandar.Z. 2012. *PsikologiLingkungan :Teori danKonsep*.Bandung:Reflika Aditama
- Kuncoro, Mudrajad.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler& Amstrong. (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta

- Kotler, Philip & Armstrong. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. Prentice Hall: New Jersey.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- KUSUMANINGRUM, P. W. (2020, Mei 9). *PENGARUH KENYAMANAN TEMPAT, HARGA, VARIAN PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. Retrieved from <https://eprints.ums.ac.id/84720/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Nguyen, The Ninh, et.al. 2015. The Impact of Marketing Mix Elements on food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam. *International Jurnal of Business and Management*. (Online). Vol.10, No.10, diakses tanggal 14 November 2016. Pukul 14.13 WIB.
- Priyatno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Permana, A. Y., Nurrahman, H., & Permana, A. F. S. (2021). Systematic Assessment with “POE” Method in Office Buildings cases study on The Redesign Results of Office Interior after Occupied and Operated. *Journal of Applied Engineering Science*, 19(2), 448–465. <https://doi.org/10.5937/jaes0-28072>
- Slovin (Sevilla et. al., 1960 : 182) Menentukan jumlah sampel dengan rumus Slovin.
- Sopiah. Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 130-142.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA : Bogor
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta : Andi.

Weisman Gerald D. (1981). Modelling Environment – Behavior System : Brief Note, Journal Of Man– Environment Relation, The Pennsylvania State. University USA.

