

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Warung Bakso Bacit Pelanggan Perempuan di Parungponteng Tasikmalaya

Seli Yulianti, Dadang Munandar

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 June 2026

Revised 20 June 2026

Accepted 25 June 2026

Available online 22 July 2026

Keywords :

Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Culinary MSMEs, Bakso Bacit.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and price on female customer satisfaction at Warung Bakso Bacit Parungponteng, Tasikmalaya. The research was motivated by a decline in customer numbers, complaints about service quality, and perceptions of inadequate pricing, which are suspected to influence customer satisfaction. The study used a quantitative method with a descriptive and verification approach. The sample consisted of 94 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS. The results showed that service quality and price each had a positive and significant effect on customer satisfaction, and simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings suggest that improving service quality and setting appropriate prices can increase female customer satisfaction at Warung Bakso Bacit Parungponteng.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan perempuan pada Warung Bakso Bacit Parungponteng, Tasikmalaya. Penelitian dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah pelanggan, keluhan terhadap

kualitas pelayanan, serta persepsi harga yang belum sesuai sehingga diduga memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 94 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan perempuan pada Warung Bakso Bacit Parungponteng.

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan digitalisasi membawa perubahan besar dalam perkembangan dunia usaha, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, memperkuat pendapatan masyarakat, serta menjadi ruang berkembangnya aktivitas kewirausahaan. Salah satu bidang UMKM yang terus berkembang adalah usaha kuliner. Bidang kuliner memiliki peluang besar karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar masyarakat sekaligus bagian dari gaya hidup konsumen modern.

Usaha penyediaan makanan dan minuman memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. BPS menjelaskan bahwa sektor ini menunjukkan daya tahan dan pertumbuhan yang kuat karena perubahan pola konsumsi masyarakat, meningkatnya kebutuhan makanan siap saji, serta dukungannya terhadap industri pariwisata. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha kuliner, termasuk kuliner bakso, untuk terus berinovasi dalam menu, pemasaran, dan pemanfaatan media digital agar dapat menjangkau konsumen lebih luas. (Badan Pusat Statistik, 2025)

BPS mengelompokkan usaha penyediaan makanan dan minuman ke dalam beberapa jenis, seperti restoran atau rumah makan, jasa boga, penyediaan makanan minuman keliling atau tempat tidak tetap, dan PMM Lainnya. Kategori PMM Lainnya mencakup kedai makanan, kedai minuman, kafe, serta usaha sejenis. Kategori ini relevan dengan usaha kuliner bakso karena bakso termasuk makanan siap konsumsi, mudah dijangkau, fleksibel, dan dekat dengan pola konsumsi masyarakat sehari-hari.(Badan Pusat Statistik, 2025)

Data BPS tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah usaha PMM Lainnya paling tinggi terdapat di Jawa Barat, kemudian Jawa Timur dan Jawa Tengah. Kondisi ini menunjukkan bahwa Pulau Jawa, terutama Jawa Barat, memiliki pasar kuliner yang besar. Bagi usaha kuliner bakso, kondisi tersebut menjadi peluang pasar yang kuat, tetapi juga menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat.(Badan Pusat Statistik, 2025).

Peran penting UMKM dalam perekonomian nasional juga didukung oleh landasan hukum yang kuat dalam UUD 1945.Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.” Pasal tersebut menegaskan bahwa kegiatan ekonomi nasional, termasuk UMKM, memiliki peran penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui prinsip kebersamaan dan demokrasi ekonomi. Selain itu, Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 menegaskan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, keberlanjutan, serta kemandirian ekonomi nasional. Ketentuan tersebut menjadi landasan konstitusional bagi pengembangan UMKM kuliner agar mampu tumbuh secara berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat perekonomian nasional.(Koperasi, 2016).

Data paling banyak terkonsentrasi di pulau Jawa.Beberapa provinsi di wilayah timur indonesia memiliki jumlah yang lebih rendah.Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh jumlah penduduk,akses layanan,kebutuhan masyarakat,dan kondisi wilayah masing masing provinsi.

Survei GoodStats 2024 menunjukkan bahwa membeli makanan dari luar sudah menjadi kebiasaan kuat anak muda.Mayoritas berusia 18 sampai 25 tahun. Sebanyak 38,1% membeli makanan 3 sampai 5 kali per minggu, sedangkan 28,3% membeli makanan setiap hari.Temuan ini menunjukan bahwa kuliner telah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda.(GoodStats, 2024)

Data tersebut menunjukkan bahwa kuliner lokal atau tradisional menjadi pilihan utama anak muda. Kuliner cepat saji masih diminati, sementara kuliner sehat dan kuliner internasional berada pada posisi lebih rendah.

Jenis kuliner yang paling disukai anak muda adalah kuliner lokal atau tradisional dengan persentase 56,2%. Makanan cepat saji berada di posisi kedua sebesar 28,6%. Kuliner sehat hanya dipilih oleh 9,1% responden, sedangkan kuliner internasional sebesar 6,2%. Data ini menunjukkan bahwa makanan lokal seperti bakso dan mie ayam masih memiliki daya tarik kuat di kalangan anak muda.(GoodStats, 2024)

Dari data yang ada menunjukkan bahwa anak muda lebih banyak memilih hidangan lokal seperti Bakso/Mie Ayam, Seblak, Nasi Goreng, Sate Ayam, dan Soto. Hidangan luar negeri tetap diminati, tetapi persentasenya lebih rendah.

Tasikmalaya, minat konsumsi bakso mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa bakso tetap menjadi salah satu makanan yang diminati masyarakat, meskipun tingkat konsumsinya tidak selalu stabil. Diagram berikut menyajikan data rata-rata minat konsumsi bakso di Tasikmalaya pada tahun 2021 sampai 2025.(Badan Pusat Statistik, 2026)

Tingkat persentase konsumen bakso bersifat stagnan. Kondisi stagnan tersebut dapat menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, seperti kualitas pelayanan dan harga.

Minat masyarakat terhadap bakso juga terlihat dari keberadaan sejumlah UMKM bakso di Kecamatan Parungponteng. Usaha-usaha tersebut berdiri dalam rentang tahun 2012 sampai 2022, dengan kondisi lokasi usaha yang berbeda-beda. Sebagian UMKM memiliki lokasi tetap, sedangkan sebagian lainnya pernah mengalami perpindahan lokasi. Data berikut menunjukkan daftar UMKM kuliner bakso di Kecamatan Parungponteng.

Tabel 1. Data UMKM Kuliner Bakso Kec.Parungponteng

No	UMKM Bakso di Parungponteng	Tahun Berdiri	Keterangan
1	Bakso Bacit	2012	Lokasi Tetap
2	Bakso Tutu Marketu	2014	Lokasi Tetap
3	Bakso Fedoelom	2015	Lokasi Tetap
4	Bakso Munajat	2015	Lokasi Berpindah
5	Bakso Abah	2016	Lokasi Berpindah
6	Bakso Rudal	2017	Lokasi Tetap
7	Bakso Dinanti	2018	Lokasi Tetap
8	Bakso Deskol	2020	Lokasi Berpindah
9	Bakso Alun Alun	2021	Lokasi Tetap
10	Bakso Idaman	2021	Lokasi Berpindah
11	Bakso Mas Jangkung	2022	Lokasi Berpindah

Sumber :Data Diolah Peneliti (2026)

Tabel 1 menunjukkan data UMKM bakso di Kecamatan Parungponteng berdasarkan tahun berdiri dan jenis lokasi usaha. Bakso Bacit merupakan UMKM paling lama berdiri, yaitu tahun 2012, sedangkan Bakso Mas Jangkung paling baru berdiri pada tahun 2022. Berdasarkan lokasi usaha, terdapat 6 UMKM dengan lokasi tetap dan 5 UMKM dengan lokasi berpindah. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM bakso di Kecamatan Parungponteng sudah memiliki lokasi tetap sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan usaha dan melakukan pembelian ulang.

Jumlah UMKM bakso di Kecamatan Parungponteng menjadi dasar untuk membahas usaha bakso yang memiliki lokasi tetap. Data ini diperlukan untuk melihat kesiapan operasional usaha, khususnya pada aspek estimasi waktu penyajian dan ketersediaan karyawan. Tabel berikut menyajikan beberapa UMKM yang masih mengalami kendala defisit karyawan. Kondisi tersebut menyebabkan waktu penyajian menjadi lebih lama.

Terdapat 6 UMKM bakso dengan lokasi tetap di Kecamatan Parungponteng. Dari data tersebut, 3 UMKM memiliki estimasi waktu pelayanan lebih dari 10 menit dan termasuk kategori defisit karyawan, yaitu Bakso Bacit, Bakso Tutu Marketu, dan Bakso Dinanti. Sementara itu, 3 UMKM lainnya memiliki estimasi waktu pelayanan kurang dari 10 menit dan termasuk kategori optimal karyawan, yaitu Bakso Rudal, Bakso Fedoelom, dan Bakso Alun Alun. Data ini menunjukkan bahwa keterbatasan jumlah karyawan dapat membuat waktu pelayanan menjadi lebih lama.

Gambaran mengenai minat beli masyarakat terhadap kuliner bakso di Kecamatan Parungponteng diperkuat melalui pra survei pada beberapa UMKM bakso dengan lokasi tetap. Hasil pra survei menunjukkan adanya perbedaan tingkat minat beli konsumen pada masing-masing usaha.

Warung Bakso Bacit merupakan usaha kuliner bakso yang berada di Parungponteng. Warung ini berdiri sejak tahun 2012 dan telah berjalan lebih dari sepuluh tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Bakso Bacit mampu bertahan di tengah persaingan kuliner yang terus berkembang. Bakso Bacit dikenal sebagai tempat makan yang menyediakan bakso bagi masyarakat sekitar. Keberlangsungan usaha tidak hanya dilihat dari lamanya usaha berdiri, tetapi juga dari kemampuan menjaga kualitas produk, pelayanan, harga, kebersihan, dan kenyamanan tempat.

Perkembangan usaha juga dapat dilihat dari jumlah penjualan setiap tahun. Data penjualan bakso menunjukkan adanya perubahan dari tahun 2021 sampai 2025. Perubahan ini menggambarkan bahwa tingkat penjualan belum stabil, sehingga perlu dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor yang memengaruhinya.

Kondisi ini juga terlihat pada data produksi penjualan Warung Bakso Bacit tahun 2021–2025. Penurunan pada tahun 2023 dan 2024 menunjukkan adanya permasalahan yang perlu diperhatikan karena dapat berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang belum sepenuhnya terpenuhi. Pada awal triwulan di tahun 2026 menunjukkan adanya penurunan pelanggan yang di

duga dipengaruhi dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan di tuangkan dalam grafik di bawah ini.

Grafik tersebut menunjukkan adanya tren penurunan jumlah pelanggan selama periode Januari–Maret 2026, dari 600 pelanggan pada Januari menjadi sekitar 540 pelanggan pada Maret. Kondisi ini mengindikasikan berkurangnya minat pelanggan dan diduga dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, harga, serta tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penurunan ini menjadi perhatian bagi bisnis untuk melakukan evaluasi dan perbaikan layanan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kecepatan penyajian, keramahan karyawan, kebersihan tempat, kenyamanan pelanggan, ketepatan pelayanan, serta kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Sompie et al., 2022). Pelayanan yang baik dapat menciptakan rasa nyaman, kepuasan, dan hubungan emosional positif antara pelanggan dan pelaku usaha.

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden, keluhan yang paling banyak disampaikan adalah waktu penyajian makanan terlalu lama sebesar 50,00%. Selanjutnya, pelayanan kurang ramah sebesar 33,33%. Keluhan mengenai kebersihan area makan dan kesalahan penyajian pesanan masing-masing sebesar 6,67%, sedangkan karyawan kurang responsif terhadap keluhan sebesar 3,33%. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan penyajian dan keramahan pelayanan perlu menjadi perhatian utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Harga juga menjadi faktor penting dalam membentuk penilaian pelanggan. Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan data permulaan, keluhan pelanggan mengenai harga paling banyak adalah harga lebih tinggi dibanding pesaing sebanyak 10 responden (33,33%). Selanjutnya, 9 responden (30,00%) menilai harga tidak sesuai dengan kualitas rasa. Sebanyak 7 responden (23,33%) menyatakan harga tidak sesuai dengan porsi, sedangkan 4 responden (13,33%) menganggap harga produk terlalu mahal. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai harga produk kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan harapan dengan pengalaman yang diterima. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Pelayanan yang cepat, ramah, dan nyaman serta harga yang sesuai dengan kualitas produk dan porsi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dan harga yang tidak sesuai dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Berdasarkan survei kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, dapat disimpulkan bahwa keluhan yang paling banyak disampaikan adalah pelanggan ragu untuk melakukan pembelian ulang, yaitu sebanyak 12 responden (40%). Keluhan kedua adalah pelanggan kurang berminat untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan melalui pengolahan data dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan perempuan pada tiga bulan awal tahun 2026 Pada Warung Bakso Bacit Parungponteng yang berjumlah sebanyak 1.710 orang dan di ambil dari Sampel penelitian ditentukan berdasarkan kriteria pelanggan perempuan, berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian minimal dua kali. Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel menggunakan Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 94,47 Responden dan di bulatkan menjadi 94 responden. Penentuan sampel sebanyak 94 orang juga didukung oleh Krejcie dan Morgan (1970) yang merekomendasikan ukuran sampel sebesar 94 responden untuk populasi seluruh pelanggan

perempuan pada tiga bulan di awal 2026 pada tingkat kepercayaan 90% dan margin of error 0,10%. Teknik Analisis Deskriptif Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan data yang terkumpul dari kuesioner pelanggan perempuan Bakso Bacit Parungponteng mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan. Analisis dilakukan melalui penyajian tabel, grafik, perhitungan rata-rata, median, modus, prosentase, dan standar deviasi, sehingga dapat terlihat karakteristik sampel secara menyeluruh tanpa membuat generalisasi ke populasi.

HASIL

Gambaran Umum Objek Penelitian

Warung Bakso Bacit merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang penjualan makanan, khususnya bakso, yang berlokasi di Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Warung ini menyediakan berbagai menu bakso dengan cita rasa yang khas, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah sehingga menjadi salah satu pilihan masyarakat, khususnya pelanggan perempuan, untuk menikmati hidangan bakso. Dalam menjalankan usahanya, Warung Bakso Bacit berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan agar tercipta pengalaman yang menyenangkan selama melakukan pembelian maupun mengonsumsi produk yang ditawarkan.

Selain menyediakan makanan yang berkualitas, Warung Bakso Bacit juga memperhatikan aspek kualitas pelayanan dan penetapan harga sebagai faktor penting dalam menarik serta mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui keramahan karyawan, kecepatan dalam melayani pesanan, kebersihan tempat, serta ketepatan penyajian makanan. Sementara itu, harga yang ditetapkan diharapkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima pelanggan dan mampu bersaing dengan warung bakso lainnya di wilayah Parungponteng.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh Warung Bakso Bacit. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan dan harga yang diberikan cenderung akan melakukan pembelian kembali, merekomendasikan Warung Bakso Bacit kepada keluarga maupun teman, serta memberikan penilaian yang positif terhadap usaha tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor yang perlu diperhatikan karena keduanya dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan perempuan pada Warung Bakso Bacit di Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menetapkan harga yang sesuai, serta meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga usaha dapat berkembang dan mampu bersaing dengan usaha kuliner lainnya.

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah item-item dapat dinyatakan valid atau tidak adalah dengan membandingkan hasil perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka item dinyatakan valid, demikian sebaliknya. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dan 2 (dua) berdasarkan jumlah variabel independen yang akan diteliti dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini, t_{tabel} dapat dicari pada signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan jumlah data (n)=100 atau df sebesar 94 ($100-6=94$) sehingga didapat Tabel = 0,200. Berdasarkan temuan menunjukkan semua variabel pernyataan dari 12 item yang diajukan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1), membuktikan bahwa jumlah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,200. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid.

Berdasarkan temuan menunjukkan semua variabel pernyataan dari 12 item yang diajukan untuk variabel Harga (X_2), membuktikan bahwa jumlah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,200. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid. Berdasarkan temuan diatas menunjukkan semua variabel pernyataan dari 12 item yang diajukan untuk variabel Kepuasan

Pelanggan (Y), membuktikan bahwa jumlah nilai rhitung > rtabel 0,200. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Realibitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana jika nilai Cronbach Alpha melebihi 0,5, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Namun jika Cronbach Alpha lebih kecil dari 0,5, maka kuesioner dikatakan tidak reliabel. Hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan software SPSS . Berdasarkan temuan diketahui nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,765, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Harga sebesar 0,802 dan nilai Cronbach's Alpha untuk kepuasan pelanggan sebesar 0,758. Dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel > 0,50, maka semua variabel telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha

Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang sudah disebar dan diisi oleh responden. Untuk mengolah data kuantitatif penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada warung Bakso Baicit Pelanggan Perempuan di Parungponteng Tasikmalaya.

Berikut terdapat rumus persentase dan kriteria interpretasi skor menurut (Sugiyono 2024) :

$$IS = \frac{\text{Total skor penelitian}}{\text{Skor ideal}} \times 100$$

Keterangan :

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian : Jawaban responden x bobot nilai (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi (5) x jumlah responden (94)=470

Hasil dari perhitungan presentasi jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan dalam tabel berikut :

Tabel 2 Instrumen Skala Likert

Rentang Rata-rata Skor	Rentang IS (%)	Kategori
1,00 – 1,79	20,00%- 35,99%	Sangat Rendah
1,80-2,59	36,00%-51,99%	Rendah
2,60-3,39	52,00%-67,99%	Cukup
3,40-4,19	68,00%-83,99%	Baik
4,20-5,00	84,00%-100,99%	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono.2024

Tabel interpretasi skor diatas akan menunjukkan posisi dari presentasi yang di dapat mengenai perhitungan presentasi jawaban setiap pertanyaan.

Kualitas Pelayanan

Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data data yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 94 responden. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan total pertanyaan 12.

Berdasarkan temuan, tanggapan responden terhadap variabel X1 menunjukkan hasil yang positif. Mayoritas responden memberikan jawaban pada skor 4 dan 5 sehingga variabel X1 termasuk dalam kategori **Baik hingga Sangat Baik**. Total skor yang diperoleh sebesar **3.194** dengan rentang nilai **3,41–4,20**. Sebagian besar indikator memperoleh kategori **Sangat Baik**, sedangkan beberapa indikator lainnya berada pada kategori **Baik**. Secara keseluruhan, responden memberikan penilaian yang baik terhadap variabel X1.

Harga

Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data data yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 94 responden. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan total pertanyaan 12. Berdasarkan temuan,

variabel X2 memperoleh total skor 4.332 dengan persentase 76%, sehingga termasuk kategori Baik. Hampir semua indikator berada pada kategori Baik (IS 70–79), sedangkan X2.12 memperoleh nilai tertinggi (IS = 80) dengan kategori Sangat Baik. Secara keseluruhan, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap variabel X2.

4.3.3 Kepuasan Pelanggan Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data data yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 94 responden. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan total pertanyaan 8.

Berdasarkan temuan variabel Y memperoleh total skor 3.160 dengan persentase 84%, sehingga termasuk dalam kategori Sangat Baik. Sebagian besar indikator berada pada kategori Baik (IS 81–84), sedangkan Y1 memperoleh nilai tertinggi (IS = 88) dengan kategori Sangat Baik. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap variabel Y.

Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian melalui pengujian hipotesis penelitian tentang seberapa besar pengaruh antar variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut:

Hasil Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

Setelah dilakukan pengujian didapat hasil uji yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74577607
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.037
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.271
	99% Confidence Interval Lower Bound	.260
	Upper Bound	.283

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

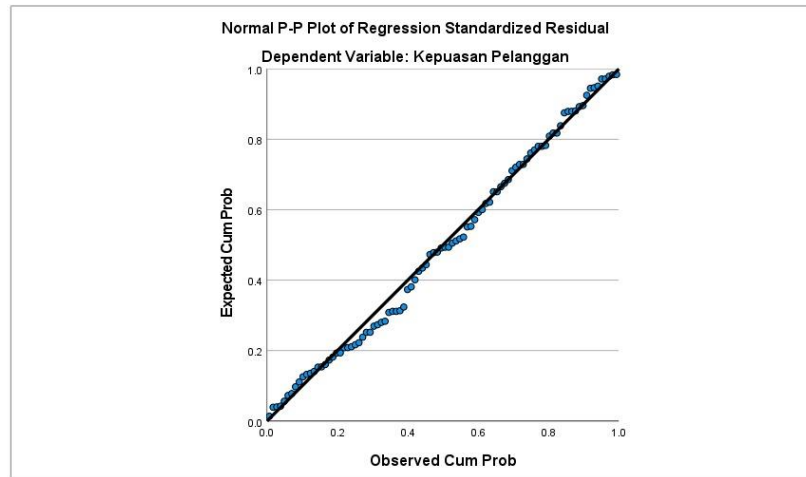
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 1 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

Sumber :Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 1 diketahui nilai signifikasnsi $0.155 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sedangkan hasil dari uji normalitas berdasarkan Grafik Probability Plot (P.P Plot) di peroleh hasil sebagai berikut:



Gambar 2 Hasil Grafik Normlity Probabily Plot
Sumber : Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Dari gambar diatas terlihat bahwa titik-titik yang menyebar dalam P.P Plot menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

2). Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10 dan angka tolerance > 0,1. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas diperoleh data sebagai berikut.

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.811	3.298		4.795	<.001		
	Kualitas Pelayanan	.413	.063	.597	6.527	<.001	.889	1.125
	Harga	-.066	.051	-.118	-1.288	.201	.889	1.125

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar

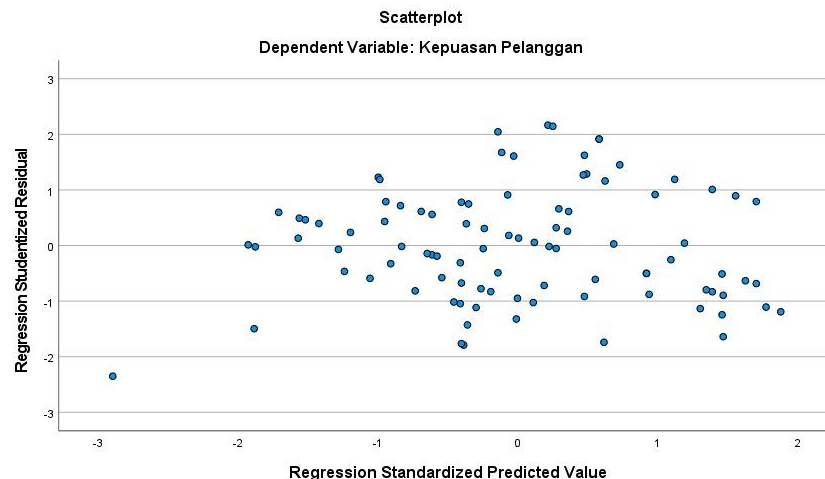
gambar 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber : Data Primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui nilai VIF yaitu $1,125 < 10$ dan nilai tolerance $0,889 > 0,01$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

3). Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini digunakan uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian pada nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heterokedastisitas terbagi menjadi dua analisis yakni analisis grafik dan analisis statistik. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas menggunakan analisis grafik Scatterplot. Hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber :Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa hasil uji heteroskedastisitas scatterplot menunjukkan pola pada grafik tidak membentuk pola tertentu titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat atau besarnya hubungan data dalam penelitian. Korelasi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar masing-masing variabel independen yaitu Sosialisasi dan Pelayanan Fiskus. Hasil analisis koefisien korelasi dapat dilihat dalam gambar berikut:

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Harga
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.333*
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	94	94
Harga	Pearson Correlation	.333*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	94	94

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar .5 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Sumber :Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antar variabel independent yaitu sosialisasi dan pelayanan fiskus yakni 0,333. Berdasarkan data maka dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan(X1) dan Harga (X2) sebesar 0,333, dapat dinyatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dengan tingkat hubungan rendah sebesar 0,333.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi diatas.maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,811 + 0,413X_1 + 0,218X_2$$

Dimana :

Y =Kepuasan Pelanggan

a =Intercept (Konstan)

b1 =Koefisien Regresi untuk X1

b2 =Koefisien Regresi untuk X2

X1 =Kualitas Pelayanan

X2 =Harga

$\bar{e}$ =Nilai Residu

Dari persamaan di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 15,811. Nilai konstanta bernilai positif artinya nilai variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap konstan atau sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan diprediksi sebesar 15,811.
2. Nilai koefisien X1 sebesar 0,413. Nilai koefisien X1 bernilai positif artinya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan bakso bacit parungponteng tasikmalaya adalah bersifat positif dan cukup kuat. Jika kualitas pelanggan tinggi, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.
3. Koefisien regresi X₂ sebesar -0,066 dengan nilai signifikansi 0,201 (> 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, harga tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Determinasi

Besarnya nilai R Square (R²) pada gambar diatas yaitu 0,323 Berikut cara menghitung koefisien determinasi dalam bentuk persentase yaitu dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,323 \times 100\% = 32,3\%$$

Hal tersebut menunjukan bahwa kemampuan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut: Hal tersebut menunjukan bahwa kemampuan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$e = 1 - 0,323$$

$$e = 1 - 0,323 = 0,677$$

Jika dibuat dalam bentuk persen yaitu sebagai berikut:

$$e = 0,677 \times 100\% = 67,7\%$$

Angka 67,7% tersebut menyatakan bahwa besarnya faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan variabel independen yang diteliti. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel independent Kualitas pelayanan dan Harga yaitu 32,3% sedangkan pengaruh lain diluar variabel independen yaitu 67,7% disebabkan oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dari nilai tersebut juga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh kedua variabel independen Kualitas pelayanan dan Harga

Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel independen yaitu kepuasan pelanggan dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen X1 kualitas pelayanan dan X2 harga secara individual (parsial) terhadap variabel dependen Y kepuasan pelanggan. Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Atau:

Jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka dikatakan signifikan.

Jika nilai sig. $> 0,05$ maka dikatakan tidak signifikan.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.811	3.298	4.795	<.001		
	Kualitas Pelayanan	.413	.063	.597	<.001	.889	1.125
	Harga	-.066	.051	-.118	.201	.889	1.125

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar

4.18 Hasil Uji Parsial t

Sumber :Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026.

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 6,527, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,986, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, diperoleh nilai sig. < 0,001 < 0,05, artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Bakso Bacit.

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel Harga (X_2) sebesar -1,288, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,986, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Selain itu, diperoleh nilai sig. 0,201 > 0,05, artinya variabel Harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Bakso Bacit. Dengan demikian, harga tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan.

2) Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Uji hipotesis simultan (Uji f) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Kriteria pengujian dengan membandingkan fhitung dengan ftabel adalah sebagai berikut:

a. Fhitung < Ftabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Fhitung > Ftabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	335.059	2	167.530	.000 ^b
	Residual	701.154	91	7.705	
	Total	1036.213	93		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Gambar 6 Hasil Uji Simultan f

Sumber :Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 21,743 dengan nilai signifikansi sebesar < 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN

Pembahasan Analisis Deskriptif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form dan kuesioner langsung kepada 94 responden, dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi setiap variabel penelitian berdasarkan jawaban responden. Seluruh responden merupakan pelanggan perempuan Warung Bakso Bacit di Parungponteng, Tasikmalaya, yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Karakteristik responden yang

dianalisis meliputi usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan status pernah melakukan pembelian di Warung Bakso Bacit.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

1).Rekapitulasi Kualita Pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data deskriptif, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang terdiri dari 12 butir pernyataan memperoleh frekuensi jawaban responden, yaitu sangat tidak setuju (0,44%), tidak setuju (2,75%), kurang setuju (10,64%), setuju (47,87%), dan sangat setuju (38,30%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap kualitas pelayanan di Warung Bakso Bacit.

Variabel Kualitas Pelayanan memperoleh total skor sebesar 3.194, dengan Indeks Skor (IS) sebesar 56%, standar deviasi sebesar 4,823, serta berada pada rentang nilai 3,41–4,20 yang termasuk dalam kategori Baik. Nilai standar deviasi tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden relatif homogen.

Pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada indikator X1.3 dan X1.6, masing-masing memperoleh total skor 410 dengan IS sebesar 87%, sehingga termasuk kategori Sangat Baik. Sementara itu, skor terendah terdapat pada indikator X1.8 dengan total skor 369 dan IS sebesar 78%, namun masih berada dalam kategori Baik.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Warung Bakso Bacit berada pada kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan. Meskipun demikian, beberapa aspek pelayanan masih perlu ditingkatkan, khususnya pada indikator yang memperoleh nilai terendah, agar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan semakin optimal.

2).Rekapitulasi Harga

Berdasarkan hasil pengolahan data deskriptif, menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga (X2) yang terdiri dari 12 butir pernyataan memperoleh frekuensi jawaban responden, yaitu sangat tidak setuju (0,62%), tidak setuju (5,41%), kurang setuju (28,46%), setuju (40,34%), dan sangat setuju (25,18%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap persepsi harga di Warung Bakso Bacit.

Variabel Persepsi Harga memperoleh total skor sebesar 4.332, dengan Indeks Skor (IS) sebesar 76%, standar deviasi sebesar 5,93089, serta berada pada rentang nilai 3,40–4,19 yang termasuk dalam kategori Baik. Nilai standar deviasi tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden relatif homogen.

Pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada indikator X2.12 dengan total skor 377 dan IS sebesar 80%, sehingga termasuk dalam kategori Sangat Baik. Sementara itu, skor terendah terdapat pada indikator X2.7 dengan total skor 342 dan IS sebesar 72%, namun masih berada dalam kategori Baik.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa persepsi harga di Warung Bakso Bacit berada pada kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditawarkan telah sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang diterima. Meskipun demikian, beberapa indikator masih perlu ditingkatkan agar persepsi pelanggan terhadap harga menjadi semakin baik dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3)Rekapitulasi Kepuasan Pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data deskriptif, menunjukkan bahwa variabel Y yang terdiri dari 8 butir pernyataan memperoleh frekuensi jawaban responden, yaitu sangat tidak setuju (0,1%), tidak setuju (1,7%), kurang setuju (6,0%), setuju (42,5%), dan sangat setuju (24,9%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap variabel Y.

Variabel Y memperoleh total skor sebesar 3.160, dengan Indeks Skor (IS) sebesar 84%, standar deviasi sebesar 3,33797, serta berada pada rentang nilai 4,20–5,00 yang termasuk dalam kategori Sangat Baik. Nilai standar deviasi tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden relatif homogen atau tidak memiliki penyebaran yang terlalu besar, sehingga tanggapan responden terhadap setiap pernyataan cenderung konsisten.

Pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada indikator Y1 dengan total skor 416 dan Indeks Skor (IS) sebesar 88%, sehingga termasuk dalam kategori Sangat Baik. Sementara itu, skor terendah terdapat pada indikator Y5 dengan total skor 385 dan Indeks Skor (IS) sebesar 81%, namun masih berada dalam kategori Baik.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa variabel Y berada pada kategori Sangat Baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap variabel yang diteliti. Meskipun sebagian besar indikator telah memperoleh penilaian yang baik hingga sangat baik, indikator dengan skor terendah masih dapat menjadi perhatian untuk ditingkatkan agar penilaian responden terhadap variabel Y menjadi lebih optimal secara keseluruhan.

Pembahasan Analisis Verifikatif

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya dinilai signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,413.

Berdasarkan hasil uji statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh kepuasan pelanggan bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya dimana semakin tinggi kualitas pelayanan yang dihasilkan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan. Ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian kembali.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Munzir et al. (2021) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil uji regresi dan uji t.

Penelitian Rusdiyanto dan Suranti (2021) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan sekaligus membentuk loyalitas pelanggan.

Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Suarti (2021) yang menyatakan bahwa elemen-elemen kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan dapat diandalkan akan meningkatkan pengalaman positif pelanggan terhadap suatu usaha.

2).Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya tidak signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,201 > 0,05$ dan nilai koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar -0,066.

Berdasarkan hasil uji statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya. Artinya, perubahan persepsi pelanggan terhadap harga, baik dari segi keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, maupun kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh, belum mampu memberikan pengaruh yang berarti terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Bakso Bacit cenderung tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam menentukan kepuasan. Pelanggan lebih mempertimbangkan aspek lain, seperti kualitas pelayanan, cita rasa produk, dan pengalaman selama berkunjung, sehingga meskipun terdapat perbedaan persepsi terhadap harga, tingkat kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan yang signifikan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa harga bukan satu-satunya faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, serta pengalaman yang dirasakan pelanggan. Oleh karena itu,

dalam kondisi tertentu, harga tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kewajaran harga dapat memengaruhi kepuasan setelah melakukan pembelian. Demikian pula dengan penelitian Sari dan Prihartono (2021) serta Arianto dan Difa (2020) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh karakteristik pelanggan Bakso Bacit yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan dan pengalaman konsumsi dibandingkan pertimbangan harga.

Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga bukan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya. Oleh karena itu, meskipun kebijakan harga tetap perlu dipertahankan agar kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk, peningkatan kepuasan pelanggan sebaiknya lebih difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan karena variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3).Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 21,743 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas pelayanan yang diberikan dan harga yang ditawarkan. Semakin baik kualitas pelayanan serta semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan kualitas produk dan manfaat yang diterima pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan harga. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan dan harga yang ditawarkan dianggap wajar serta sesuai dengan manfaat yang diterima, maka pelanggan akan merasa puas.

Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, sedangkan harga yang sesuai akan menciptakan persepsi nilai (customer value) yang tinggi. Kombinasi keduanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Arianto dan Difa (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diikuti dengan penetapan harga yang sesuai akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan.

Penelitian Sari dan Prihartono (2021) juga memperoleh hasil yang sama, yaitu kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan serta semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan kualitas produk, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya. Oleh karena itu, pengelola Bakso Bacit perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan, serta mempertahankan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk. Dengan demikian,

kepuasan pelanggan dapat terus meningkat sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan perempuan pada Warung Bakso Bacit Parungponteng Tasikmalaya. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan analisis verifikatif menggunakan regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas Pelayanan pada Warung Bakso Bacit

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas pelayanan Warung Bakso Bacit secara umum berada dalam kategori baik. Pelanggan menilai pelayanan yang diberikan sudah memuaskan, terutama dari segi keramahan karyawan, ketepatan pelayanan, dan kebersihan tempat. Namun, masih terdapat kendala pada kecepatan penyajian makanan, khususnya saat jam ramai. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu terus ditingkatkan, terutama pada aspek kecepatan, ketanggapan, dan konsistensi pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat secara optimal.

2. Harga pada Warung Bakso Bacit

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, persepsi pelanggan terhadap harga Warung Bakso Bacit berada dalam kategori baik. Sebagian besar pelanggan menilai harga yang ditetapkan terjangkau dan cukup sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Namun, masih terdapat beberapa pelanggan yang menganggap harga belum sepenuhnya sebanding dengan rasa, porsi, dan harga pesaing. Oleh karena itu, strategi penetapan harga perlu dievaluasi secara berkala agar tetap kompetitif serta sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

3. Kepuasan Pelanggan Warung Bakso Bacit

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat kepuasan pelanggan Warung Bakso Bacit berada dalam kategori baik. Sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, meskipun masih terdapat beberapa pelanggan yang ragu untuk melakukan pembelian ulang maupun merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan perlu terus ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan penyesuaian strategi harga agar loyalitas pelanggan semakin meningkat.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan di Warung Bakso Bacit..

5. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai harga dengan kualitas produk dan manfaat yang diterima, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Warung Bakso Bacit perlu mempertahankan strategi harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan semakin sesuai harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut perlu menjadi perhatian utama Warung Bakso Bacit untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing usaha.

REFERENSI

Armstrong, P. K. G. (2021). *Principles Of Marketing* (18th Editi).

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Penyediaan Makanan Minuman 2024* (B. P. Statistik (ed.)).

- Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/8204008>
- Dr. Ahmad Muflih Azam, S. E. (2025). *No Title Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (W. M. Utama (Ed.); Cetakan Pe). 978-623-500-956-8 (Hardcopy) / 978-623-500-957-5 (PDF). <http://Www.Penerbitwidina.Com/>
- Dr. Pahmi, SE., M. S. (2024). *Kualitas* (P. N. M. Indonesia (Ed.); E-Book Edi). PT. Nas Media Indonesia. <http://Www.Nasmedia.Id/>
- Dr. Ahmad Muflih Azam, S. E. (2025). *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (W. M. Utama (Ed.); Cetakan Pe). 978-623-500-956-8 (Hardcopy) / 978-623-500-957-5 (PDF). <http://Www.Penerbitwidina.Com/>
- Dr. Pahmi, SE., M. S. (2024). *Kualitas* (P. N. M. Indonesia (Ed.); E-Book Edi). PT. Nas Media Indonesia. <http://Www.Nasmedia.Id/>
- Di, P., & Niasindo, C. V. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. 8(1), file:///C:/Users/User/Downloads/Dr.ahmad muflih.pd.
- Dr. Ahmad Muflih Azam, S. E. (2025). *No Title Kualitas Pelayanan dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (W. M. Utama (ed.); Cetakan Pe). 978-623-500-956-8 (Hardcopy) / 978-623-500-957-5 (PDF). <http://www.penerbitwidina.com/>
- Dr. Pahmi, SE., M. S. (2024). *Kualitas* (P. N. M. Indonesia (ed.); E-Book Edi). PT. Nas Media Indonesia. <http://www.nasmedia.id/>
- GoodStats. (2024). *Intip Tren Kuliner Anak Muda Indonesia: Hobi Jajan Namun Tetap Hemat*. <https://goodstats.id/article/intip-tren-kuliner-anak-muda-yang-hobi-jajan-namun-tetap-hemat-mmp>
- Griffin, R. J. E. R. W. (2022). *Ae BUSINESS* ((13th Editi). Person.
- Koperasi, P. E. (2016). *Pemikiran Ekonomi Koperasi Mohammad Hatta: Relevansinya Dengan Etika Ekonomi Islam* (M. Nur Arifin (Ed.); Cetakan II). Laksita Indonesia.
- Griffin, R. J. E. R. W. (2022). *Ae BUSINESS* ((13th Editi). Person.
- Koperasi, P. E. (2016). *Pemikiran Ekonomi Koperasi Mohammad Hatta: Relevansinya Dengan Etika Ekonomi Islam* (M. Nur Arifin (Ed.); Cetakan II). Laksita Indonesia.
- Syah, A. (2021). *No Title* (A. T. Putranto (Ed.); Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada Bandung. <http://Www.Penerbitwidina.Com>
- Syah, A. (2021). *No Title* (A. T. Putranto (Ed.); Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada Bandung. <http://Www.Penerbitwidina.Com/>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi* PAgung, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere*. 3(1).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cetakan I).
- Setiawan, H., Halim, W., Andersen, N., Ginting, M., & Wahyuni, R. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan*. 15(01), 84–98.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd. (ed.); Edisi Kedu). Alfabeta, CV.
- Suhartini, S.E., M. . (n.d.). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*.
- Syah, A. (2021). *No Title* (A. T. Putranto (ed.); Cetakan pe). Widina Bhakti Persada Bandung. <http://www.penerbitwidina.com/>
- Umi Narimawati, J. S. (2025). *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah. Peranan Gaya Kepemimpinan Wanita Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dewi*, 2(7), 1353–1362. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia>
- Agung, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere*. 3(1).
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Penyediaan Makanan Minuman 2024* (B. P. Statistik (ed.)). Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/8204008>
- Badan Pusat Statistik. (2026). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/Kota*. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNyMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html?utm_source=chatgpt.com
- Di, P., & Niasindo, C. V. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. 8(1),

- file:///C:/Users/User/Downloads/Dr.ahmad muflih.pd.
- Dr. Ahmad Muflih Azam, S. E. (2025). *No Title Kualitas Pelayanan dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (W. M. Utama (ed.); Cetakan Pe). 978-623-500-956-8 (Hardcopy) / 978-623-500-957-5 (PDF). <http://www.penerbitwidina.com/>
- Dr. Pahmi, SE., M. S. (2024). *Kualitas* (P. N. M. Indonesia (ed.); E-Book Edi). PT. Nas Media Indonesia. <http://www.nasmedia.id/>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cetakan I).
- Setiawan, H., Halim, W., Andersen, N., Ginting, M., & Wahyuni, R. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan*. 15(01), 84–98.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd. (ed.); Edisi Kedu). Alfabeta, CV.
- Suhartini, S.E., M. . (n.d.). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*.
- Syah, A. (2021). *No Title* (A. T. Putranto (ed.); Cetakan pe). Widina Bhakti Persada Bandung. <http://www.penerbitwidina.com/>
- Umi Narimawati, J. S. (2025). Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah. *Peranan Gaya Kepemimpinan Wanita Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dewi*, 2(7), 1353–1362. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia>
- Agung, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Borwita Citra Prima Maumere*. 3(1).
- Armstrong, P. K. G. (2021). *Principles of Marketing* (18th editi).
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Penyediaan Makanan Minuman 2024* (B. P. Statistik (ed.)). Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/8204008>
- Badan Pusat Statistik. (2026). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/Kota*. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNyMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html?utm_source=chatgpt.com
- Di, P., & Niasindo, C. V. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. 8(1), file:///C:/Users/User/Downloads/Dr.ahmad muflih.pd.
- Dr. Ahmad Muflih Azam, S. E. (2025). *No Title Kualitas Pelayanan dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (W. M. Utama (ed.); Cetakan Pe). 978-623-500-956-8 (Hardcopy) / 978-623-500-957-5 (PDF). <http://www.penerbitwidina.com/>
- Dr. Pahmi, SE., M. S. (2024). *Kualitas* (P. N. M. Indonesia (ed.); E-Book Edi). PT. Nas Media Indonesia. <http://www.nasmedia.id/>
- Griffin, R. J. E. R. W. (2022). *ae BUSINESS* ((13th editi). Person.
- Relevansinya dengan Etika Ekonomi Islam* (M. Nur Arifin (ed.); Cetakan II). Laksita Indonesia.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cetakan I).
- Setiawan, H., Halim, W., Andersen, N., Ginting, M., & Wahyuni, R. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan*. 15(01), 84–98.
- Suhartini, S.E., M. . (n.d.). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*.
- Syah, A. (2021). *No Title* (A. T. Putranto (ed.); Cetakan pe). Widina Bhakti Persada Bandung. <http://www.penerbitwidina.com/>
- Umi Narimawati, J. S. (2025). Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah. *Peranan Gaya Kepemimpinan Wanita Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dewi*, 2(7), 1353–1362. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia>