

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *SERVICESCAPE*, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI DEPOT BU TITIN KHAS TRENGGALEK KEDIRI

Novita Evi Khoiriyah<sup>1</sup>, Edwin Agus Buniarto<sup>2</sup>, Nurali Agus Najibul Z.<sup>3</sup>

Universitas Islam Kediri Kediri<sup>123</sup>

[novitaevi2323@gmail.com](mailto:novitaevi2323@gmail.com)<sup>1</sup>, [edwinbuniarto@uniska-kediri.ac.id](mailto:edwinbuniarto@uniska-kediri.ac.id)<sup>2</sup>,

[nuraliagus@uniska-kediri.ac.id](mailto:nuraliagus@uniska-kediri.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Bisnis makanan merupakan suatu usaha yang sering kali diinginkan oleh masyarakat. Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kota Kediri merupakan usaha dibidang makanan yang menggunakan strategi pemasaran dengan bekerja sama dengan agen travel pariwisata serta menggunakan kualitas pelayanan, *servicescape* dan harga untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian berada di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. Sampel yang digunakan sebanyak 400 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* yang berfokus pada *Simple Random Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), *Servicescape* (X2) dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa teori yang menyatakan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, *servicescape* dan harga adalah benar.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Servicescape*, Harga, Kepuasan Konsumen**

### Abstract

*Food business is a business that is often desired by the community. Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri City is a food business that uses a marketing strategy by collaborating with tourism travel agents and using service quality, servicescape and price to provide satisfaction to its consumers.*

*This research is a quantitative research. The location of the research is at Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. The sample used was 400 respondents. The sampling technique used Probability Sampling which focused on Simple Random Sampling. The results of this study indicate that Service Quality (X1), Servicescape (X2) and Price (X3) simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). Based on the research conducted, the theory that states that consumer satisfaction is influenced by service quality, servicescape and price is true.*

*Keywords: Service Quality, Servicescape, Price, Consumer Satisfaction*

### Article History

Received: Agustus 2024

Reviewed: Agustus 2024

Published: Agustus 2024

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musyari.v1i2.365

**Copyright : Author**

**Publish by : Musyari**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Pendahuluan

Usaha makanan sebagai olahan pengerjaan banyak orang di lingkungan sekitar. Bisnis makanan di Indonesia sudah mulai banyak berkembang dan menjangkau semua lapisan masyarakat, dikarenakan kepraktisan dan pola kosumtif masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makanan. Bisnis makanan menjadi salah satu bidang yang sangat kompetitif, dimana kepuasan konsumen menjadi kunci utama dalam hal mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam (Angelina, 2022) yang dikeluarkan pada bulan Juni 2022, ada sekitar sebanyak 11.223 bisnis makanan yang terdapat di seluruh wilayah Indonesia di tahun 2020. Sebanyak 8.042 bisnis (71%) berbentuk restoran atau rumah makan, 269 bisnis (2,40%) adalah catering, dan sisanya lagi ada sebanyak 2.912 bisnis (25,95 %).

Mayoritas pelanggan bisnis kuliner terdiri dari masyarakat sekitar lokasi usaha (60,11%). Selain itu, 21,84% dari total konsumen berasal dari luar kota, dan 18,05% adalah pembeli sekali waktu. Konsistensi ketetapan perlu diperhatikan pemilik usaha agar memikat ketertarikan konsumen dalam usaha penyajian dengan keterterikan yang sudah dibahas oleh pemilik bisnis. Menurut Tjiptono dalam (Hariyanto et al., 2022) Pelayanan harusnya melebihi harapan yang di impikan oleh konsumen. Selain *servicescape*, harga juga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen (Wijaya, 2017). di mana keputusan konsumen untuk membeli barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh harga.

Berdasarkan penelitian (Masloman et al., 2014). Pengaruh efek keterpuasan pembeli akan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan terlihat dari aspek-aspek yang diberikan KFC Multimart Ranotana Manado seperti: fasilitas, layanan cepat, asisten, pelayan yang berpengetahuan dan sopan, serta pelayan yang memahami kebutuhan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan (Bailia et al., 2014). Memperllihatkan pembeli yang terpuaskan dipengaruhi secara positif oleh variabel harga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa warung makan di Lamongan menawarkan harga makanan yang kompetitif, wajar, dan berbasis manfaat kepada pelanggan mereka, yang merupakan strategi imperaktif.

Pengaruh keterpikatan yang diberikan oleh karyawan Depot Bu Titin Kediri ketika melakukan observasi yaitu kurang ramahnya dalam memberikan pelayanan contohnya bersenyum, sehingga konsumen kurang nyaman dalam menerima pelayanan tersebut. Selain itu juga terdapat faktor *servicescape* dalam kualitas pelayanan. Dalam hal *servicescape*, papan nama yang berada pada samping jalan raya kurang besar dan tidak terlihat, sehingga para konsumen yang hendak datang ke Depot Bu Titin Kediri sedikit merasa kebingungan. Dan yang seharusnya menjadi lahan parkir, terdapat beberapa orang yang berjualan menggunakan motor ataupun kendaraan roda tiga (tossa). Hal itu berdampak pada saat penuhnya lahan parkir sehingga dialihkan ke pinggir jalan raya.

Harga yang ada di Depot Bu Titin Kediri sekarang bersaing dengan usaha sejenis yang berada tepat di sampingnya. Sehingga penting bagi Depot Bu Titin melakukan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen tetap berkunjung dan tidak berpindah tempat dikarenakan harga lebih terjangkau di tempat lain yang sejenis dibandingkan dengan Depot Bu Titin Kediri. Konsumen utama dari Depot Bu Titin Kediri adalah para agen travel, semakin murah harga yang ditawarkan semakin banyak pula agen travel yang berlangganan di Depot Bu Titin Kediri ini.

Depot Bu Titin Kediri merupakan tempat makan yang menyediakan sajian kuliner Khas Trenggalek. Lokasinya mudah ditemukan karena sangat strategis yaitu terletak ditepi jalan raya. Depot Bu Titin ini terkenal dengan rasanya enak dan porsinya banyak. Depot Bu Titin menggunakan sistem prasmanan dan pengunjung bisa mengambil makanan sendiri dengan bebas sesuai selera. Pilihan menu yang tersedia juga berbagai macam mulai dari urap-urap, kare, sayur-sayuran, pepes, dan menu spesialnya yaitu lodho ayam kampung Khas Trenggalek. Tersedia juga berbagai lauk pauk seperti ayam, udang, jeroan, lele, dan patin. Olahan makanannya rata-rata berkuah dan bersantan karena ini merupakan sajian kuliner Khas Trenggalek.

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri”**.

## Landasan Teori

### Kualitas Pelayanan

Masloman et al. (2014) menyatakan bahwa Wijaya (2011:152) mendefinisikan kualitas layanan sebagai sejauh mana kualitas layanan yang diberikan memuaskan harapan klien. Definisi komprehensif tentang kualitas diberikan oleh Davis (1994) dalam (Faisal Ahmad, 2018), di mana kualitas dijelaskan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan orang, proses, produk, dan layanan ekspektasi.

Menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry mengatakan indikator dari kualitas pelayanan adalah Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan, Responsivitas, Jaminan, dan Empati.

### Servicescape

Menurut Lovelock (2010), lingkungan fisik pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana mereka menilai layanan dan seberapa puas mereka, terutama ketika terdapat interaksi dan keterlibatan manusia yang banyak. Servicescape adalah pengaturan fisik yang diciptakan oleh manusia dengan tujuan berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan mengenai produk yang dihasilkan oleh bisnis.

Menurut Lovelock (2011) indikator *servicescape* adalah Kondisi Lingkungan Sekitar (*Ambient Conditions*), Ruang, Denah dan Fungsinya (*Spatial Layout and Functionality*), dan Petunjuk, Simbol, dan benda Artifak (*Signs, Symbols and Artifacts*).

### Harga

William J. Stanton mendefinisikan jumlah uang (atau mungkin lebih dari satu hal) yang diperlukan untuk mencapai tingkat kerjasama tertentu antara produk dan layanan berikutnya. Menurut Kotler dan Armstrong, uang yang dibayar pelanggan untuk barang atau layanan, atau nilai yang mereka pertukarkan memberikan tingkatan dan menggunakan barang atau layanan tersebut. Jika biaya suatu barang atau layanan sebanding dengan manfaat yang ditawarkannya, maka harga sering disebut sebagai indikator nilai.

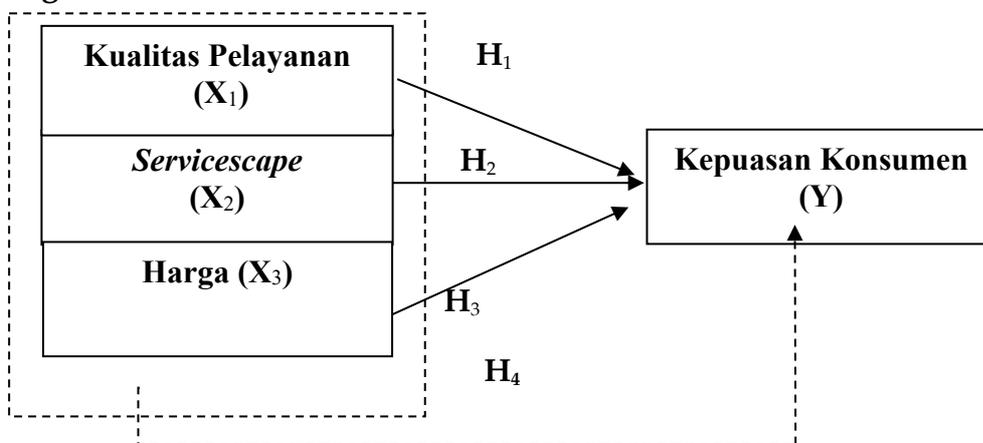
Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 278) indikator harga adalah Harga Sesuai dengan Kemampuan Pembelian Pelanggan, Keterjangkauan Harga, dan Keseimbangan Harga

## Kepuasan Konsumen

Harapan-harapan dan perbandingan keterpuasan pembeli akan memperbandingkan konten maupun kecewa. Jika hasil memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan senang. Semua bisnis ingin memuaskan pelanggan mereka. Selain menjadi krusial untuk operasi berkelanjutan perusahaan, memenuhi keinginan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Ketika pelanggan puas dengan produk atau layanan, mereka lebih cenderung untuk membelinya kembali atau menggunakannya ketika kebutuhan mereka muncul kembali di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah elemen penting.

Menurut Tjiptono dalam (Situmeang, 2017) indikator kepuasan konsumen adalah Kesesuaian Memenuhi Harapan, Keinginan untuk Membeli, dan Kesiapan untuk Merekomendasikan

## Kerangka Teoritik



Gambar 1. Kerangka Teoritik

Keterangan :

- > = Pengaruh secara parsial
- - - - -> = Pengaruh secara simultan

## Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan lokasi penelitian ini dilakukan di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri yang beralamat di Jl Raya Kertosono-Kediri Desa Bangsongan Kec. Kayen Kidul Kab. Kediri.

## Populasi

Sugiyono (2018:149) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari ukuran dan susunan populasi. Sampel, yang merupakan subset dari populasi yang karakteristiknya akan dipelajari, dianggap mewakili populasi lengkap karena ukurannya lebih kecil daripada keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang berkunjung ke Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri yang jumlahnya 48.015 orang yang diambil dari data 1 bulan yaitu bulan Januari 2024.

## Sampel

Menurut Sugiyono (2018:149) sampel merupakan sebagian bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 400 orang dihitung menggunakan rumus slovin.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Analisis Dokumen
4. Kuesioner

## Teknik Analisa Data

Teknik Analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan program SPSS versi 25.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Item	Koefisien Korelasi	Sig (Talled 2)	Keterangan
1	Ruangan menarik dan meja yang tersedia bersih	0,771	0,000	Valid
2	Karyawan Depot Bu Titin berpenampilan rapi dan profesional	0,805	0,000	Valid
3	Karyawan Depot Bu Titin segera melayani ketika ada konsumen berkunjung	0,754	0,000	Valid
4	Karyawan Depot Bu Titin memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian makanan	0,766	0,000	Valid
5	Konsumen tidak terlalu lama mengantri dalam mengambil makanan	0,708	0,000	Valid
6	Karyawan Depot Bu Titin selalu ada ketika dibutuhkan oleh konsumen	0,790	0,000	Valid
7	Cita rasa menu yang disajikan Depot Bu Titin selalu sama ketika konsumen berkunjung	0,816	0,000	Valid
8	Karyawan memiliki pengetahuan tentang menu-menu yang disajikan	0,762	0,000	Valid
9	Karyawan Depot Bu Titin ramah dan selalu memberikan senyuman saat pelayanan pada konsumen	0,780	0,000	Valid
10	Karyawan peka terhadap keinginan konsumen	0,820	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2024.

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 1 disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Servicescape (X2)**

No	Item	Koefisien Korelasi	Sig (Talled 2)	Keterangan
----	------	--------------------	----------------	------------

1	Tempat Parkir di Depot Bu Titin Luas dan memadai	0,750	0,000	Valid
2	Papan petunjuk nama Depot Bu Titin jelas	0,742	0,000	Valid
3	Tempat duduk dan meja di Depot Bu Titin memberikan keleluasaan untuk bergerak	0,825	0,000	Valid
4	Barang-barang yang dipajang menjadi ciri khas Depot Bu Titin	0,777	0,000	Valid
5	Suhu di ruangan Depot Bu Titin terasa sejuk	0,785	0,000	Valid
6	Aroma Depot Bu Titin meningkatkan selera makan	0,757	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2024.

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 2 disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan Servicescape dinyatakan valid

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)**

No	Item	Koefisien Korelasi	Sig (Talled 2)	Keterangan
1	Harga makanan di Depot Bu Titin terjangkau	0,824	0,000	Valid
2	Harga makanan di Depot Bu Titin sesuai dengan daya beli konsumen	0,824	0,000	Valid
3	Harga makanan di Depot Bu Titin sesuai dengan kualitas rasa	0,819	0,000	Valid
4	Harga makanan di Depot Bu Titin sesuai dengan kuantitas (porsinya)	0,810	0,000	Valid
5	Harga makanan di Depot Bu Titin lebih murah dibandingkan dengan tempat lain	0,792	0,000	Valid
6	Daya saing harga Depot Bu Titin sesuai dengan kepuasan yang dirasakan konsumen	0,802	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2024.

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 3 disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan Harga dinyatakan valid.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Item	Koefisien Korelasi	Sig (Talled 2)	Keterangan
1	Makanan yang di sediakan sesuai dengan selera konsumen	0,802	0,000	Valid
2	Fasilitas penunjang seperti cuci tangan dan tempat sholat sesuai dengan yang diharapkan konsumen	0,800	0,000	Valid
3	Berminat berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan	0,819	0,000	Valid
4	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	0,791	0,000	Valid
5	Merekomendasikan kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak	0,803	0,000	Valid

6	Merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai	0,845	0,000	Valid
---	--	-------	-------	-------

Sumber : Data diolah, 2024.

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 4 disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan Kepuasan Konsumen dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,926	Reliabel
2	Servicescape (X2)	0,864	Reliabel
3	Harga (X3)	0,895	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,895	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa setiap variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Servicescape, Harga, Kepuasan Konsumen memiliki nilai skor *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60 yang artinya reliabel. Maka hasil uji reliabilitas pada semua variabel dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Asymp Sig (2-tailed)	Standar Normalitas	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,070	> 0,05	Normal

Sumber : Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui jika hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,070 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

#### Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

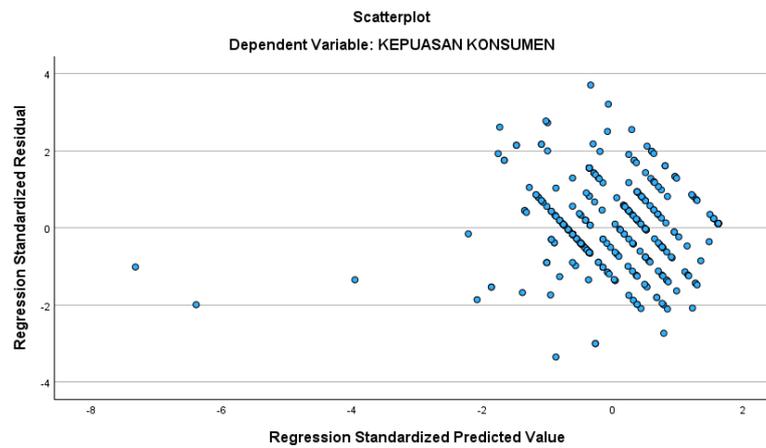
Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,290	3,443
Servicescape	0,299	3,346
Harga	0,299	3,339

Sumber : Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai Tolerance X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,290, nilai Tolerance X2 (Servicescape) sebesar 0,299 dan nilai Tolerance X3 (Harga) sebesar 0,299 yang lebih besar dari 0,100 maka hasil dikatakan tidak multikolinieritas dalam model regresi. Sedangkan nilai VIF X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 3,443, nilai VIF X2 (Servicescape) sebesar 3,346 dan nilai VIF X3 (Harga) sebesar 3,339 yang VIF lebih kecil dari 10 maka ke tiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas karena dalam model regresi.

#### Hasil Uji Heterokedastisitas

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Dari gambar diatas bisa dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol maka dari itu bisa dikatakan model regresi tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi mampu diterima.

## Hasil Uji Autokorelasi

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

d	dL	dU	4 - dL	4 - dU
1,858	1,821	1,851	2,179	2,149

Sumber : Data diolah, 2024.

Berdasarkan hasil diatas dapat diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,858. Hal ini menunjukkan  $dU < d < 4 - dU = 1,851 < 1,858 < 2,149$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan sama sekali tidak terdapat autokorelasi.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 9**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.774	.662		2.682	.008
1 KUALITAS PELAYANAN	.176	.026	.301	6.759	.000
SERVICESCPE	.322	.045	.316	7.205	.000
HARGA	.321	.043	.329	7.502	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah, 2024.

Dari tabel diatas hasil regresi tersebut dapat disusun persamaan regresinya dijelaskan dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 1,774 + 0,176 X_1 + 0,322 X_2 + 0,321 X_3$$

1. Konstanta Pertama, konstanta (a) adalah 1,774. Dengan kata lain, jika tidak ada pengaruh sama sekali dari faktor Kualitas Layanan, Lingkungan Pelayanan, dan Harga, maka tingkat Kepuasan Pelanggan adalah 1,774.
2. Koefisien regresi (b) untuk variabel Kualitas Layanan (X1) adalah 0,176. Ini menunjukkan bahwa, dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan, Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,176 jika Kualitas Layanan ditingkatkan satu unit (karena tanda positifnya).
3. Variabel Servicescape (X2) memiliki tanda positif, peningkatan satu unit akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,322 unit dalam Kepuasan Konsumen, dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan.
4. Variabel Harga (X3) memiliki tanda positif, sehingga jika ditingkatkan satu unit, Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,321 unit, dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan.

## Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 <sup>a</sup>	.772	.770	1.369

a. Predictors: (Constant), HARGA, SERVICESCAPE, KUALITAS PELAYANAN

Pada tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah kuat, dengan R Square sebesar 0,772 artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, *servicescape* dan harga sebesar 77,5 %, sedangkan sisanya 22,5 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

## Uji Hipotesis

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.774	.662		2.682	.008
1 KUALITAS PELAYANAN	.176	.026	.301	6.759	.000
SERVICESCAPE	.322	.045	.316	7.205	.000
HARGA	.321	.043	.329	7.502	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dijelaskan mengenai hasil perhitungan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat, pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung 6.759 > t tabel 1.966 dan sig 0.000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 1.

2. Pengaruh variabel *Servicescape* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung 7.205 > t tabel 1.966 dan sig 0.000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 2.

3. Pengaruh variabel Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung 7.502 > t tabel 1.966 dan sig 0.000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 3.

**Hasil Uji Simultan (Uji F)****Tabel 12**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2514.791	3	838.264	447.273	.000 <sup>b</sup>
Residual	742.169	396	1.874		
Total	3256.960	399			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), HARGA, SERVICESCAPE, KUALITAS PELAYANAN

Variabel kualitas layanan (X1), lingkungan pelayanan (X2), dan harga (X3) semuanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) baik secara bersamaan maupun bersama-sama, sesuai dengan analisis tabel di atas, yang menunjukkan nilai  $f$  yang dihitung sebesar  $447.273 > f$  tabel  $3.02$  dan  $\text{sig } 0.000 < 0.05$ .

**Interpretasi Hasil Penelitian****Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri**

Pada hasil analisis data bisa diketahui bahwa responden rata-rata mengatakan setuju dengan seluruh pernyataan yang menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri sudah tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen. Pihak Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri melakukan berbagai pendekatan kepada calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan adalah bisa diterima dengan baik.

Hasil tersebut mengartikan bahwa kualitas yang ditetapkan memiliki pengaruh dalam keputusan penjualan produk atau jasa Depot. Kualitas pelayanan sebagai cara dikenal oleh banyak orang. Hal ini bisa dilihat dengan adanya oleh Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri sudah tepat.

**Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri**

Pada hasil analisis data bisa diketahui bahwa responden rata-rata menjawab sangat setuju dengan seluruh pernyataan yang menyatakan fasilitas dan tempat yang disediakan di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri sangat memadai dan sesuai keinginan konsumen. Pihak Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri berusaha memfasilitasi kebutuhan konsumen dan melengkapinya untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Hasil tersebut mengartikan bahwa tempat yang nyaman dan fasilitas yang memadai juga mempengaruhi kepuasan konsumen di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. Selain menawarkan produk atau jasa, *servicescape* juga sangat penting bagi suatu usaha sebagai bahan pemasarannya.

**Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri**

Pada hasil analisis data bisa diketahui bahwa responden rata-rata mengatakan setuju dengan seluruh pernyataan yang menyatakan harga yang diberikan oleh Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri wajar dan mampu bersaing dengan depot-depot lainnya. Disamping itu harga yang diberikan oleh Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri juga sebanding dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan.

Hasil tersebut mengartikan bahwa harga yang ditetapkan oleh Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri dalam hal ini adalah harga yang memiliki pengaruh dalam keputusan penjualan produk depot. Harga yang dapat bersaing dan rendah akan lebih mampu memberikan keputusan dalam pengambilan pembelian oleh konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri dikarenakan harga bersaing dengan yang lainnya.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F (simultan) dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel *Servicescape* (X2) dan variabel Harga (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yang menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 1.
2. Terdapat pengaruh *Servicescape* (X2) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 2.
3. Terdapat pengaruh Harga (X3) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis 3.
4. Hubungan antara Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri adalah kuat.

Berdasarkan penelitian dan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa teori yang menyatakan Kepuasan Konsumen Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1), *Servicescape* (X2) dan Harga (X3) adalah benar adanya.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan maka peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil analisis diharapkan Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri terus berkembang dan berinovasi dengan menyesuaikan kualitas pelayanan, *servicescape* dan harga yang diberikan kepada para konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapannya, peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan studi, meningkatkan Jumlah sampel, dan menambahkan variabel tambahan. Yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga dapat menghasilkan hasil yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Angelina, D. (2022). *Usaha Kuliner Indonesia Dalam Bingkai Statistik*. <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Dewi Nurmalasari Pane, M. E. (2018, Juni 1). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempun Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 9, No.1, Hal 1-11 [Online]. Tersedia di <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/188>. (4 Februari 2024)
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- LinPar. (2021, Juni 8). Penikmat Rumah Makan Titin ; "Pas Di Kantong". [Online]. Tersedia di <https://lintaspariwisata.com/penikmat-rumah-makan-titin-pas-di-kantong/>. (28 April 2024)
- Lovelock. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Erlangga.
- Manalu, S. H. (2018). *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Sosmed Cafe di Medan [Universitas Sumatera Utara]*. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3551>
- Masloman, M., Lumanauw, B., & Trang, I. (2014). Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 589–601.
- Ransulangi, M. S., Mandey, S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 839–848.
- Ratnasari, A.(216,Oktober). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Salon Cantik). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 1-24 [Online]. Tersedia di <https://core.ac.uk/reader/337609670>. (17 Januari 2024)
- Silfiani, M. (2021). *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada wisma berlian di tanjung batu kundur*. 14.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)*, 5(1), 1–8. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5294>
- Wulandari, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja Di Aceh Barat Daya*.