



# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKSO PAK NASIR CITA HATI SURABAYA

Mira Gayatri Kartika<sup>1</sup>, Dyah Pelitawati<sup>2</sup>, Walimatul Chasanah<sup>3</sup>

Universitas W.R. Supratman

[miragayatri.kartika@gmail.com](mailto:miragayatri.kartika@gmail.com)<sup>1</sup>, [dyah.pelita@gmail.com](mailto:dyah.pelita@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[walimatulchasanah91@gmail.com](mailto:walimatulchasanah91@gmail.com)<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*This study aims to analyze and determine the effect of product quality, service quality and location on customer satisfaction of Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. The data collection method used is questionnaire data. With population and samples are consumers of Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, totaling 75 respondents. The instrument in this study used a Likert scale and the technique used was Non-Probability Sampling technique with an Accidental Sampling approach. By using the formula Hair et al. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using the SPSS version 23.0 statistical test tool. The results showed that the tcount of the Product Quality variable was 3.366 with a ttable value of 0.2272 and Sig obtained a sig of 0.000 <0.05, the tcount of the Service Quality variable was 3.112 with a ttable value of 0.667 and Sig obtained a result of 0.000 <0.05, the Location tcount was 3.36 with a ttable value of 0.667 and Sig obtained a result of 0.000 <0.05. So it can be said that the Poduk Quality, Service Quality, Location Variables simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction at Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. While the R Square test is obtained at 0.656 or 65.6% of the independent variables, namely Product Quality, Service Quality and Location, affect the dependent variable, namely Customer Satisfaction. And the remaining 34.4% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Product quality, service quality, location, customer satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data

kuesioner. Dengan populasi dan Sampel adalah konsumen Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya berjumlah sebanyak 75 responden. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan teknik yang digunakan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Dengan menggunakan rumus Hair *et al.* Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat uji statistic SPSS versi 23.0. Hasil penelitian yang menunjukkan Bahwa thitung variabel Kualitas Produk sebesar 3,366 dengan nilai ttabel 0,2272 dan Sig di dapat t sig sebesar  $0.000 < 0.05$ , thitung variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,112 dengan nilai ttabel 0,667 dan Sig di dapat hasil  $0.000 < 0.05$ , thitung Lokasi sebesar 3,36 dengan nilai ttabel 0,667 dan Sig di dapat hasil  $0.000 < 0.05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa Variabel Kualitas Poduk, Kualitas Pelayanan, Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap Di Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Sedangkan uji R Square di peroleh sebesar 0.656 atau 65,6 % variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Dan sisanya 34,4 % dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci :** Kualitas Poduk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis makanan di kota Surabaya semakin lama semakin meningkat. Pada saat ini bisnis makanan semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, bisnis makanan ini berdiri sebagai kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan akan makanan. Dampak ini mempengaruhi perkembangan bisnis makanan dan membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis makanan yang praktis dan mudah dijangkau. Pelaku bisnis dituntut untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasaran. Memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Jumlah penduduk yang besar tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis kuliner makanan yang sama. Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam memenuhi keinginannya. Maka perusahaan dituntut untuk mengedepankan keunggulan kualitas produk masing-masing dan berusaha untuk memuaskan konsumen. Berbagai rasa dan pengalaman ketika pelanggan merasa puas. Hal ini sangat membantu perusahaan dalam proses pemasaran dan memberikan keuntungan yang secara tidak langsung kepada perusahaan. Dalam dunia bisnis kepuasan pelanggan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan mengenai produk atau layanan yang akan diperoleh. Oleh sebab itu penilaian tergantung dengan pelanggan itu sendiri. Bakso merupakan makanan yang sudah lama menjadi ikon makanan Indonesia, walaupun pada dasarnya merupakan makanan yang berasal dari china. Warung Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya merupakan sebuah warung atau tempat makan yang menjajakan bakso beralamat di komplek atau ruko BIZHOME Pakuwon City, Jl Raya Laguna Kejawan Putih Tambak No. 55 Mulyorejo, Surabaya. Warung ini berdiri sejak 2010, sesuai dengan nama yang diambil dari pemilik warung bakso yaitu Pak Nasir.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2016). Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Para konsumen yang potensial menginginkan produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar puas dan loyal pada perusahaan. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak dapat memenuhi harapan (Arifin et al., 2023). Kualitas produk diartikan seberapa jauh kemampuan suatu produk dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang mereka beli, maka akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang dimasa mendatang. Selain kualitas produk, Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya memberikan kualitas pelayanan yang baik.

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kasmir (2017), Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pemberian pelayanan yang baik kepada setiap konsumen akan berdampak pada keberhasilan suatu usaha, karena pelayanan dapat menentukan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh suatu usaha (Panjaitan dan Yuliati, 2016).

## **Lokasi**

Menurut Swastha (2002), Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha Bakso Pak Nasir Cita Hati. Sebelum seseorang memutuskan untuk makan di suatu tempat makan, mereka juga mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut. Sebagian besar orang memilih lokasi tempat makan yang dekat dengan rumah/kantor.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2015) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Keputusan pembelian menurut Kanuk (2008) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan (Arifin et al., 2023).

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut dengan variabel pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan sebagai variabel pengaruhnya. Dan dapat diuraikan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, dan 2) Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, dan 2) Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

#### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

- a. Kualitas produk ( $X_1$ ), Kualitas produk adalah Kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya menetapkan produk berdasarkan perhitungan bahan baku dan citra rasa yang terjangkau dan layak untuk dikonsumsi oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu : 1) Rasa, 2) Daya tahan, 3) Kesesuaian produk, dan 4) Aroma
- b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan secara etimologi bisa diartikan suatu kegiatan yang bersifat tidak terwujud yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) indikator kualitas Pelayanan yaitu :1) Kecepatan, 2) Ketersediaan, 3) Kesesuaian, dan 4) Kebersihan
- c. Lokasi ( $X_3$ ), Lokasi adalah tempat aktivitas usaha dilakukan. Lokasi yang strategis dapat menjadi penentu bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, Menurut Tjiptono (2004) Indikator Lokasi yaitu : 1) Akses, 2) Strategis, 3) Keamanan, dan 4) Tempat parkir

#### 2 Variabel Terikat

Kepuasan Pelanggan (Y), Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya berusaha untuk meningkatkan segala aspek yang menunjang terjaganya pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler (2011) yaitu: 1) Puas terhadap Produk, 2) Puas terhadap Layanan, dan 3) Puas terhadap Lokasi

#### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Sampel Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Populasi penelitian ini jumlahnya tidak diketahui pasti dan berukuran besar. Penentu jumlah sampel minimum dihitung dengan rumus Hair *et al* dengan jumlah 75 sampel.

#### Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data Kuantitatif dengan memakai data primer diperoleh dari memberikan kuesioner kepelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya serta data sekunder .

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda (*Multiple Regressi Analysis*). Dari hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini terlihat persamaan yang dapat dilihat pada Tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 10  
Analisis Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error

	(Constant)	,226	,371
1	X <sub>1</sub>	,188	,077
	X <sub>2</sub>	,373	,105
	X <sub>3</sub>	,404	,096

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

$$Y = 0,226 + 0,188 X_1 + 0,373 X_2 + 0,404 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan, sebagai berikut:

1.  $a = 0,226$

Artinya Kepuasan Pelanggan (Y) akan sebesar 0,226 apabila Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Dan Lokasi (X<sub>3</sub>) adalah nihil atau nol

2.  $\beta_1 = 0,188$

Artinya Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) memberi kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,188 dengan asumsi apabila Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Dan Lokasi (X<sub>3</sub>) adalah nihil atau nol

3.  $\beta_2 = 0,373$

Artinya Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) memberi kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,373 dengan asumsi apabila Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>3</sub>) adalah nihil atau nol

4.  $\beta_3 = 0,404$

Artinya Lokasi (X<sub>3</sub>) memberi kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,404 dengan asumsi apabila dengan asumsi apabila Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) adalah nihil atau nol

### Uji Hipotesis

1. Uji t

Hipotesis mempunyai arti bahwa *variable independent* berpengaruh signifikan terhadap *variable dependen*. Dari hasil uji t pada penelitian ini terlihat pada Tabel 1, sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji t**

Model	Standardized Coefficients		Sig.
	Beta		
1	(Constant)		,544
	X <sub>1</sub>	,183	,017
	X <sub>2</sub>	,375	,001
	X <sub>3</sub>	,422	,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Dari Tabel 1 diatas, maka dapat diketahui hasil pengujian hipotesis penelitian yang ditunjukkan dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis1: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepausan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,017. Apabila nilai sig <0,05 maka H<sub>1</sub> diterima. Kesimpulan dari uji t menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Pengujian Hipotesis2: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,001. Apabila nilai sig <0,05 maka H<sub>2</sub> diterima. Kesimpulan dari uji t menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Pengujian Hipotesis3: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Berdasarkan hasil dari Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Apabila nilai sig < 0,05 maka H<sub>3</sub> diterima. Kesimpulan dari uji t menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji F (Uji Simultan)

Pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: 1) Jika nilai F<sub>hitung</sub> lebih besar dari F<sub>tabel</sub> maka semua variabel independent secara bersama - sama dan signifikan mempengaruhi variable dependen, dan 2) Jika nilai F<sub>hitung</sub> lebih kecil dari F<sub>tabel</sub> maka semua variabel independent secara bersama - sama dan tidak signifikan mempengaruhi variable dependen. Dari hasil uji F (Simultan) pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2, sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,470	3	7,490	45,132	,000 <sup>b</sup>
	Residual	11,783	71	,166		
	Total	34,253	74			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), Lok, Kpro, Kpel

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Dari Tabel 2, nilai F uji kelayakan model = 45,132 >3,12, menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan karena nilai F<sub>hitung</sub> lebih besar dari F<sub>tabel</sub>. Hasil ini mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya ditentukan oleh seberapa baik persepsi mereka atas kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi yang ada.

3. Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Dari hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3, sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,810 <sup>a</sup>	,656	,641	,40738

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produksi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 3 diatas, menunjukkan nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,656 atau 65,6%, menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi adalah sebesar 65,6% sedangkan sisanya 34,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pada penelitian ini pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $0,017 < 0,05$  yang berarti bahwa berpengaruh signifikan, dan dengan dukungan arah yang searah. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Positif berarti bahwa apabila kualitas produk dari Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya selalu ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan. Signifikan berarti bahwa apabila Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya selalu meningkatkan kualitas produknya maka kepuasan pelanggan akan meningkat, karena pelanggan merasa bahwa kualitas produk yang didapat sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas produk yang dimaksud adalah rasa dari bakso pak nasir yang tidak berubah dari waktu ke waktu, memiliki daya tahan yang tidak begitu awet dengan begitu pelanggan percaya bahwa bakso pak nasir tanpa bahan pengawet serta aroma dari bakso pak nasir yang menggugah selera konsumen, maka dengan hal itu akan menjadikan konsumen merasa puas ketika mengkonsumsi Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupyoadi (2001) menyatakan bahwa “pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”. Kualitas Produk yang semakin baik maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas produk sebagai variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen, Umami et al (2017). Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa tingkat kualitas yang tinggi akan dapat menghasilkan kepuasan yang tinggi. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiani (2017) dan Ibrahim (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pada penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $0,001 < 0,05$  yang berarti bahwa berpengaruh signifikan, dan dengan dukungan arah yang searah. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Positif berarti bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan. Signifikan berarti bahwa apabila Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya selalu meningkatkan kualitas pelayanannya maka kepuasan pelanggan akan meningkat,



karena pelanggan merasa bahwa keberadaannya dihargai dan konsumen tidak merasa kecewa yang dapat ditandai dengan kecepatan pelayan dalam memberikan makanan kepada konsumen, ketersediaan informasi mengenai produk yang disampaikan kepada konsumen, kesesuaian produk dengan harapan konsumen serta kebersihan lingkungan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya yang sangat mendukung untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Pada penelitian Kurniawati et al (2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Hubungan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami secara seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan hubungannya terhadap kepuasan konsumen adalah hubungan yang kuat, karena pelanggan akan merasa puas apabila ditunjang dengan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harjanto (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pada penelitian ini pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $0,001 < 0,05$  yang berarti bahwa berpengaruh signifikan, dan dengan dukungan arah yang searah. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Positif berarti bahwa apabila lokasi tempat berdirinya Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya sangat memadai maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan. Signifikan berarti bahwa apabila Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya memiliki lokasi yang nyaman bagi pelanggan dari segi akses kemudahan untuk menuju ke lokasi, lokasi yang strategis agar mudah dijangkau oleh konsumen, serta Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabayamemiliki tempat parkir yang cukup nyaman dan aman. Hal tersebut akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang juga akan meningkat. Lokasi merupakan dimana usaha itu dilakukan, dengan pemilihan lokasi yang tepat akan menguntungkan bagi para pelaku bisnis, pemilihan lokasi yang pas seperti mudah nya akses menuju lokasi tersebut, parker luas, tempat yang nyaman. Sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan puas. Menurut Kotler (2007) menyatakan bahwa pemilihan tempat didekat pasar sasaran akan mempermudah Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya dalam melayani konsumen dan tanggap terhadap perubahan permintaan konsumen baik secara kualitas maupun kuantitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adytomo (2006) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Secara Bersama - Sama terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai pada uji f yaitu  $45,132 > 3,12$ . Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya harus memperhatikan hal - hal yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan secara bersamaan, karena apabila kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersamaan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain kualitas produk yang baik dan sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang juga harus sangat baik agar konsumen mendapatkan dari segi

pelayanan dan kualitas produk, serta dari segi lokasi yang sangat memadai untuk menikmati Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya akan membuat konsumen merasa nyaman untuk menempatkan kendaraannya dalam keadaan parkir (Suwanto dan Anggraini, 2019).

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian dengan perhitungan statistik menggunakan SPSS.20, maka hasil yang diperoleh dapat disimpulkan yaitu: 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditetapkan untuk Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan, 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang sesuai untuk Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan, 3) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa Lokasi yang strategis memudahkan konsumen untuk berkunjung ke lokasi Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, dan 4) kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal maka dibutuhkan beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

### **Saran**

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Berikut saran yang dikemukakan: 1) Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya sebaiknya agar tetap memberikan kualitas produk yang sama dari waktu ke waktu kepada pelanggan, agar pelanggan tetap dapat menikmati rasa yang sama pada Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, 2) Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya sebaiknya agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan, atau bisa jadi diperbaiki agar lebih baik lagi agar konsumen tetap merasadihargai, 3) Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya sebaiknya agar tetap memperhatikan lokasi yang dipergunakan untuk menjual bakso, apabila Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya membuka cabang untuk selalu memperhatikan segala aspek dalam lokasi, 4) Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya sebaiknya mampu mempertahankan segala aspek yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, pada penelitian ini terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi agar pencapaian tujuan dapat dengan maksimal. Tetapi pada penelitian ini faktor yang paling dominan adalah variabel kualitas pelayanan, oleh sebab itu Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya agar bisa lebih mempertahankan kualitas pelayanan yang sesuai dengan karakteristik dan kenyamanan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya, dan 5) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian diluar variabel dalam penelitian ini seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Hal ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk menganalisis faktor lain diluar model yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati agar lebih melengkapi penelitian ini. Karena masih banyak variabel independent lainnya di luar penelitian ini yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan Bakso Pak Nasir Cita Hati Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adytomo. (2006). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grasia Semarang.
- Anggraini, N. (2018). Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada zahara hijab collection warujayeng.
- Arifin, S., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya. *Journal on Education*, 5(3), 9629–9636.
- Assauri, S. (2012). Manajemen Pemasaran.
- Chandra, T. &. (2017). Pemasaran Strategik (edisi 2).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*.
- Harjanto. (2010). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang. *Jurnal manajemen*
- Ugeng Budi Haryoko. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor.
- I, G. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.
- Ibrahim, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Kulaitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *jurnal manajemen*.
- Kotler &, A. (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1.
- Kotler P, d. (2012). Edisi Tiga Belas. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I.
- Kotler, d. K. (2016). Kualitas Produk.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Tiga Belas. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. Principles of Marketing. Twelfth Edition. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2012. Marketing Management. Fourteenth Edition.
- Kurniawati, T., B. Irawan, dan A. Prasojo. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi dan Akuntansi* 6(1):147-151.
- Lupyodi. (2001). Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan. Lupiyoadi, R. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Salemba Empat. Jakarta.
- Orville, Larreche, d. (2005). *Dimendi Kualitas Produk*. Philip, K. d. (2011). Mamajemen Pemasaran.
- Panjaitan, J.E. dan A.L. Yuliati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Darema Jurnal Manajemen*
- Philip, K. d. (2011). Mamajemen Pemasaran.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk, (2008). *Perilaku Konsumen* (Terjemahan, edisi ke-7). PT Indexs.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Sulistiani, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Produk Hydro coco. *Jurnal Manajemen*
- Suriyanto, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan pembelian Produk Dadone di Jakarta. *jurnal manajemen*.
- Suwardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan. *Jurnal Rgam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 11(1):51-58. yuliati, P. d. (2016).

- Tjiptono. (2008). Kualitas Produk
- Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa. Bayu Media.Malang.
- \_\_\_\_\_. 2009. Pemasaran Jasa. Bayu Media.Malang.
- \_\_\_\_\_ dan G. Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. ANDI.Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi Keempat. Andi Offset.Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. Manajemen Pemasaran. Erlangga.Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2016. Marketing Management. Fifteenth Edition. Pearson Education Limited.  
New Jersey.