

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Data deskriptif penelitian bertujuan untuk mengetahui kondisi atau keadaan responden, yang merupakan tambahan informasi yang bisa digunakan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut.

##### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen %
Pria	33	33
Wanita	67	67
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki ada 33 orang atau 33%, dan perempuan ada 67 orang atau 67%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya yang menjadi responden lebih dominan pelanggan perempuan daripada pelanggan laki-laki.

##### b. Usia

**Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persen %
< 20 tahun	18	18
21- 29 tahun	66	66
> 30 tahun	16	16
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa usia dibawah 20 tahun ada 18 orang atau 18%, usia 21-29 tahun ada 66 orang atau 66%, usia diatas 30 tahun ada 16 orang atau 16%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya yang menjadi responden terbanyak adalah pelanggan yang berumur 21-29 tahun.

### c. Penghasilan

**Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Hasil**

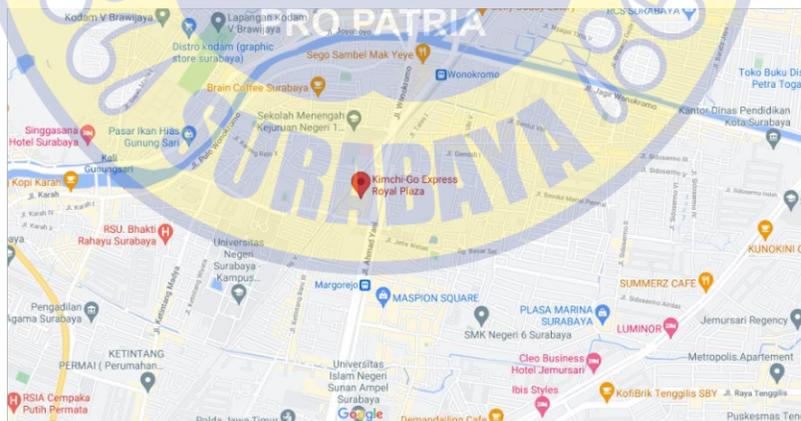
Penghasilan	Jumlah	Persen %
1 juta - 2 juta	6	6
2 juta - 3 juta	19	19
3 juta - 4 juta	40	40
> 4 juta	35	35
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa penghasilan 1 juta - 2 juta ada 6 orang atau 6%, penghasilan 2 juta - 3 juta ada 19 orang atau 19%, penghasilan 3 juta - 4 juta ada 40 orang atau 40%. penghasilan diatas 4 juta ada 35 orang atau 35%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya yang menjadi responden terbanyak adalah pelanggan yang berpenghasilan 3-4 juta.

#### 4.1.2 Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya yang bertepatan di food court lantai 3. Berikut adalah gambar denah dan gerai Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya.



**Gambar 4. 1 Denah Kimchi-Go Express**



**Gambar 4. 2 Gerai Kimchi-Go Express**

Kimchi Go Express Cabang Royal menyediakan berbagai macam makanan korea seperti *jajangmyeon*, *dakgangjeong*, *dakkalbi*, *comuk*, *japchae*, *kimchi*, *tokbokki* dan lain-lain. Buka setiap hari pukul 10.00-22-00 WIB.

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Pengujian Kualitas Data**

#### **4.2.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya indikator pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Gozali, 2006). Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pernyataan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 18.

Untuk mengetahui nilai r tabel yaitu dengan rumus :  $df = (n - 2)$   $df = (100 - 2) = 98$ , nilai r tabel dari tingkat signifikansi 0,5. Sebanyak 100 sampel adalah 0,166. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 4 Uji Validitas**

Variabel/Item	R hitung	R tabel	Status
Service Quality			
X1.1	0,783	0,1654	VALID
X1.2	0,759	0,1654	VALID
X1.3	0,736	0,1654	VALID
X1.4	0,773	0,1654	VALID
X1.5	0,826	0,1654	VALID
Food Quality			
X2.1	0,694	0,1654	VALID
X2.2	0,834	0,1654	VALID
X2.3	0,756	0,1654	VALID
X2.4	0,677	0,1654	VALID
X2.5	0,616	0,1654	VALID
Price			
X3.1	0,670	0,1654	VALID
X3.2	0,688	0,1654	VALID
X3.3	0,737	0,1654	VALID
X3.4	0,689	0,1654	VALID
X3.5	0,664	0,1654	VALID
Customer Satisfaction			
Y1	0,634	0,1654	VALID
Y2	0,747	0,1654	VALID
Y3	0,655	0,1654	VALID
Y4	0,620	0,1654	VALID
Y5	0,635	0,1654	VALID

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

#### **A. Service Quality**

Variabel Kualitas Pelayanan terdapat 5 indikator pernyataan dengan responden 100 orang. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, variabel kualitas pelayanan pada tabel 4 diperoleh dari 5 variabel yang diuji,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini menandakan bahwa semua pernyataan variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

#### **B. Food Quality**

Variabel Kualitas Makanan terdapat 5 indikator pernyataan dengan responden 100 orang. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.4. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, variabel Kualitas Makanan pada tabel 4.4 diperoleh dari 5 variabel yang diuji,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini menandakan bahwa semua pernyataan variabel kualitas makanan dinyatakan valid.

### C. Price

Variabel Harga terdapat 5 indikator pernyataan dengan responden 100 orang. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, variabel Harga pada tabel 4 diperoleh dari 5 variabel yang diuji,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini menandakan bahwa semua pernyataan variabel Harga dinyatakan valid.

### D. Customer Satisfaction

Variabel Kepuasan Pelanggan terdapat 5 indikator pernyataan dengan responden 100 orang. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, variabel Kepuasan Pelanggan pada tabel 4 diperoleh dari 5 variabel yang diuji,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini menandakan bahwa semua pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid.

#### 4.2.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pada program SPSS, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode *Alpha Cronbach* yang dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel jika koefisien menggunakan batasan 0,6. Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

PRO PATRIA

**Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Service Quality	0,831	Reliabel
Food Quality	0,705	Reliabel
Price	0,790	Reliabel
Customer Satisfaction	0,707	Reliabel

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

### 4.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah syarat yang harus dipenuhi apabila menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji ini bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang digunakan mempunyai ketepatan dalam perkiraan, tidak bias, dan konsisten.

### 4.3.1. Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui data yang terdapat pada masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan jenis uji normalitas Kolmogorov Smirnov yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 6 Uji Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov-Test	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	.413	Normal

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Pada tabel 4.6, berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Terlihat pada Asymp. Sig (2 tailed) sebesar 0,413 menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

### 4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah pada persamaan regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Syarat model regresi yang berdaya guna adalah yang memiliki batas dari nilai *tolerance*  $\leq 0,1$  serta nilai VIF  $\geq 10$ . Uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Service Quality	,594	1,684
Food Quality	,664	1,507
Price	,572	1,749

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa data memenuhi syarat uji multikolinearitas karena nilai tolerance dari tiap variabel adalah  $\leq 0,10$  dan nilai VIF dari tiap variabel adalah  $\geq 10$  yang berarti bahwa variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

### 4.3.3. Uji Autokorelasi

Peneliti menggunakan uji autokorelasi untuk mengetahui apakah pada persamaan regresi linear memiliki hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t_{-1}$  (sebelumnya). Analisis regresi bertujuan untuk

melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka tidak boleh terdapat hubungan antara variabel satu dengan lainnya, pada penelitian ini,peneliti memakai uji DurbinWatson (DW test). Hasil uji Durbin Watson dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 8 Uji Autokorelasi**

Durbin-Watson	Keterangan
1.763	Tidak Mempunyai Autokorelasi

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Untuk mengetahui adanya autokorelasi atau tidak dapat diketahui dengan DW-Test dengan ketentuan  $du < d < 4 - dU$ , model regresi yang baik adalah yang tidak mempunyai autokorelasi. Hasil pengujian menggunakan tabel Durbin Watson dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 9 Uji Durbin Watson**

D	dL	dU	4-dL	4-dU
1.763	1.592	1.758	2.408	2.242

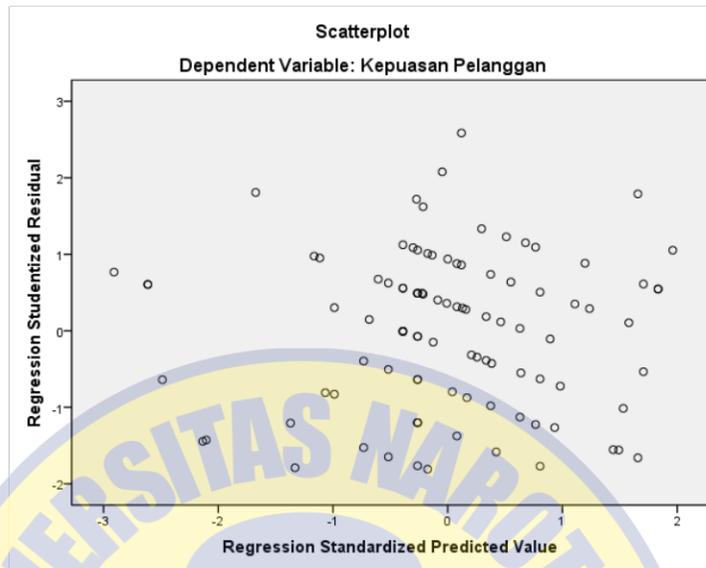
Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Hasil uji autokorelasi Durbin Watson pada tabel 4.9 menunjukkan angka 1,763 angka tersebut apabila dibandingkan dengan nilai tabel DW dengan menggunakan derajat kepercayaan  $\alpha = 5\%$ , jumlah variabel bebas ( $k$ ) = 3, dan jumlah data 100 ( $n$ ), Nilai tabel DW  $dL = 1,592$  dan  $dU = 1,758$ .

Berdasarkan tabel DW tersebut, didapatkan hasil angka DW terletak diantara  $dU$  dan  $(4-dU)$ ,  $1,758 < 1,763 < 2,242$ . Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa persamaan regresi penelitian ini tidak mempunyai autokorelasi.

#### 4.3.4. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dapat dilihat apabila titik-titik tidak memiliki pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut :



**Gambar 4.3 Scatter Plot**

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Pada gambar 4.3, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara random dan tersebar baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y, serta tidak ada pola tertentu, hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang menunjukkan hubungan satu arah. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	10.517
Service Quality	.117
Food Quality	.117
Price	.197

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10, maka diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut :

$$Y = 10,517 + 0,117X_1 + 0,117X_2 + 0,197X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan linear berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien regresi variabel *Service Quality* ( $\beta_1$ ) sebesar 0,117 artinya apabila *Service Quality* ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel *Food Quality* dan *Price* dianggap konstan, maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,117.
2. Nilai koefisien regresi variabel *Food Quality* ( $\beta_2$ ) sebesar 0,117 artinya apabila *Food Quality* ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel *Service Quality* dan *Price* dianggap konstan, maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,117.
3. Nilai koefisien regresi variabel *Price* ( $\beta_3$ ) sebesar 0,197 artinya apabila *Price* ditingkatkan satu satuan dengan asumsi variabel *Service Quality* dan *Food Quality* dianggap konstan, maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,197.

#### 4.4.2 Uji F

Uji hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Price* secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Pengujian dilakukan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha$  0,05 (5%). Hasil uji f pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 11 Uji Simultan (Uji F)**

F	Sig.	Keterangan
8.672	.000	Signifikan

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 Uji Simultan (uji F), maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Hasil uji F menunjukkan bahwa sig.  $< \alpha$  0,05, dengan  $f_{hitung}$  (8,672) apabila dibandingkan dengan  $f_{tabel}$  (2,70), maka  $f_{hitung} > f_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model signifikan. Berdasarkan analisis tersebut dapat diperoleh hasil bahwa *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 4.4.3 Uji t

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Price* secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Pengujian dilakukan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha$  0,05 (5%) dengan hipotesis 1 arah. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 12 Uji Parsial (Uji t)**

Model	B	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	10.517	5.618	.000	
Service Quality	.117	4.584	.000	Signifikan
Food Quality	.117	3.239	.018	Signifikan
Price	.197	3.882	.003	Signifikan

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 Uji Parsial (Uji t), maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Hasil uji t pada variabel *Service Quality* (X1), Koefisien regresi sebesar 0,117 (positif) dan sig (0,000), maka sig.  $<\alpha(0,05)$  dengan  $t_{hitung}$  (4,584) apabila dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1,660), maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t pada variabel *Food Quality* (X2), Koefisien regresi sebesar 0,117 (positif) dan sig (0,018), maka sig.  $<\alpha(0,05)$  dengan  $t_{hitung}$  (3,239) apabila dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1,660), maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan *Food Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t pada variabel *Price* (X3), Koefisien regresi sebesar 0,197 (positif) dan sig (0,003), maka sig.  $<\alpha(0,05)$  dengan  $t_{hitung}$  (3,882) apabila dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1,660), maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, sehingga diperoleh kesimpulan *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### 4.4.4 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji  $R^2$  pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi**

Adjusted R Square	Keterangan
.489	Sedang

Sumber : diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,489 atau 48,9%. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (*service quality, food quality, dan price*) sebesar 48,9%, sedangkan sisanya 51,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### 4.5 Pembahasan

##### 4.5.1. Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan pesaingnya. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan merekomendasikan kepada kerabat yang mereka kenal bahwa penyedia jasa tersebut bagus.

Kepuasan dapat dirasakan pelanggan melalui pengukuran perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang diterima pelanggan dari pihak penyedia jasa terutama dalam hal pelayanan. Dengan adanya pelayanan yang berkualitas, tentunya akan meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Pelayanan yang baik di mata pelanggan akan menciptakan kesetiaan dan loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Karena citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliana, Themmy Noval dan Reno Susanto (2019) yang berjudul Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* dan *Perceived Value* Sebagai *Predictor Customer Satisfaction* pada RumahMakan Ampera Bandung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dan *perceived value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan *food quality* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

#### **4.5.2. Pengaruh *Food Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk penyedia jasa merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Produk merupakan segala sesuatu yang diciptakan perusahaan agar dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas suatu produk makanan sangatlah penting bagi setiap perusahaan penyedia jasa makanan. Karena itu merupakan karakteristik dari sebuah perusahaan yang dapat diterima oleh konsumen. Perusahaan penyedia jasa makanan harus selalu menggunakan bahan makanan yang segar, memberikan penyajian makanan yang baik, makanan dan minuman yang bervariasi. Sehingga, kepuasan pelanggan terus terjamin saat menikmati *food quality* yang disajikan. Setiap perusahaan atau produsen harus memiliki tingkat kualitas yang akan memantau atau menunjang untuk meningkatkan atau mempertahankan produk dipasar. Umumnya semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang diperoleh. Oleh karena itu kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Produk yang memiliki kualitas yang baik dapat meningkatkan niat membeli konsumen karena konsumen menganggap produk tersebut sesuai dengan harapannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulis Setiawati, Ahmad Guspul dan Meftahudin (2020) yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Price* dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Café Eatbox Kitchen Wonosobo)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service quality*, *food quality*, *price* dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagio Santoso (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Sedangkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### **4.5.3. Pengaruh *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang setara dengan pelayanan yang diberikan sehingga memberikan kepuasan tersendiri terhadap pelanggan karena sesuai dengan harapan pelanggan. Harga yang diberikan Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza Surabaya terjangkau dan harga yang lebih murah dari produk makanan pesaingnya.

Dalam menetapkan harga perlu diperhatikan daya beli pelanggan, karena harga erat kaitannya dengan perspektif pelanggan. Karena harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalal Hanaysha (2016) yang berjudul "*Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food quality*, *price fairness* dan *physical environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Tetapi penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandang Cristo, David P. E Saerang, Frederik G. Worang (2017) yang berjudul "*The Influence of Price, Service Quality and Physical Environment on Customer Satisfaction. Case Study Markobar Café Manado*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan *servicequality* dan *physical environment* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.