

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gerai Fried Chicken X Kabupaten Tuban

The Effect of Product Quality, Pricing, and Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study Fried Chicken X Tuban Regency

**Kristiyoningsih* , Kartika Wulandari, Afsah Indah Maulidah,
Wijayanto Rahma Saldi**

Politeknik Pertanian dan Peternakan Mapena

*E-mail : kristiyoningsih01@gmail.com

ABSTRAK

Fried chicken merupakan satu olahan ayam goreng dengan balutan tepung renyah. Olahan ini kini banyak digemari semua kalangan dan kini dapat dengan mudah diperoleh. Salah satu gerai *fried chicken* yang mudah dijumpai di Kabupaten Tuban adalah Fried Chicken X. Gerai ini menyediakan olahan *fried chicken* dengan berbagai variasi menu dan harga relatif terjangkau. sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan baik secara terpisah maupun secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner pada konsumen *fried chicken*, dimana sampel penelitian ditentukan dengan teknik *non probability* sampel dan secara *incidental*. Data yang diperoleh berupa skala *likert* yang kemudian ditransformasi menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dan selanjutnya dianalisis dengan uji asumsi klasik dan uji linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 26,0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban karena memiliki nilai Sig. 0,193. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X Di Kabupaten Tuban karena memiliki nilai Sig. 0,394. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X karena memiliki nilai Sig. 0,000. sedangkan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X dengan nilai pengaruh sebesar 61,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: harga, kepuasan pelanggan, kualitas produk, pelayanan

ABSTRACT

Fried chicken, characterized by its crispy flour coating, has become increasingly popular across various consumer groups and is widely accessible. One of the easily found *fried chicken* outlets in Tuban Regency is Fried Chicken X, which offers diverse menu options at relatively affordable prices. This study aims to analyze the influence of product quality, price, and service quality on customer satisfaction at the Fried Chicken X both partially and simultaneously. The research



Lisensi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

employed a quantitative approach by distributing questionnaires to consumers. The sample was determined using non-probability sampling with an incidental technique. The collected data, measured using a Likert scale, were transformed using the Method of Successive Interval (MSI) and analyzed through classical assumption tests and multiple linear regression using SPSS 26.0. The results indicate that product quality does not have a significant effect on customer satisfaction, as shown by a significance value of 0.193. Similarly, price does not significantly affect customer satisfaction, with a significance value of 0.394. In contrast, service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, indicated by a significance value of 0.000. Simultaneously, product quality, price, and service quality have a significant influence on customer satisfaction at the Fried Chicken X. The coefficient of determination shows that these variables explain 61.7% of customer satisfaction, while the remaining 38.3% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: customer satisfaction, price, product quality, service.

Disubmit : 19 April 2026; **Diterima:** 25 Mei 2026; **Disetujui :** 30 Juni 2026

PENDAHULUAN

Daging ayam kini menjadi pilihan pangan hewani yang banyak digemari masyarakat. Kementerian Kesehatan menyebutkan bahwa dalam 100 g daging ayam mengandung lemak sebanyak 25 g yang lebih tinggi dibanding dengan daging kambing dan sapi, namun memiliki kandungan kolesterol yang lebih rendah yaitu 60 g. Olahan daging ayam yang mudah ditemui adalah *fried chicken*. *Fried chicken* merupakan olahan ayam goreng dengan balutan tepung yang renyah dan cita rasa gurih. Berbeda dengan ayam goreng pada umumnya, *fried chicken* sebenarnya merupakan olahan ayam yang berasal dari Negara Inggris.

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang menginginkan makanan cepat saji dengan rasa yang enak dan harga yang terjangkau menjadikan bisnis *fried chicken* sebagai salah satu usaha yang menjanjikan. Hal tersebut terbukti dengan semakin menjamurnya gerai *fried chicken* dengan berbagai merek dan kreasi menu untuk mengundang perhatian konsumen. (Sari, 2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa olahan *fried chicken* merupakan olahan yang banyak digemari, sehingga kini banyak pedagang kaki lima yang menjual *fried chicken* dan hal tersebut sangat membantu masyarakat yang kekurangan akses memakan *fried chicken* yang ada di restoran. Fried Chicken X merupakan salah satu dari sekian banyak gerai *fried chicken* yang ada di Kecamatan Di Kabupaten Tuban yang memiliki banyak varian menu dengan harga yang terjangkau. Raket Chicken juga merupakan merek yang sangat akrab bagi pagi konsumen *fried chicken*, serta gerai yang pertama kali ada di Kecamatan Di Kabupaten Tuban.

Harga ekonomis yang ditawarkan menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen. hanya dengan Rp. 10.000,00 konsumen sudah bisa menikmati *fried chicken* lengkap dengan nasi dan minuman. Namun tidak hanya itu, upaya yang dilakukan oleh pengusaha *fried chicken* dalam menarik konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada pada gerai *fried chicken*. Pelayanan yang meliputi kebersihan, ketersediaan fasilitas serta kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam melayani pelanggan yang datang menjadi nilai lebih yang dipertimbangkan oleh konsumen, baiknya kualitas *fried chicken* dengan harga yang terjangkau serta pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan menjadi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali.

Pelayanan (*costumer service*) adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. (Normasari, Kumadji, & Kusumawati, 2013) kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi karena pelayanan erat kaitannya dengan perasaan pelanggan.

Pelayanan dikategorikan dalam tiga bentuk menurut (Indahsari, 2019):

- a. Layanan dengan lisan; dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidangbidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan
- b. Layanan dengan tulisan; Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatangananannya, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).
- c. Layanan dengan perbuatan Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar dalam (Indahsari, 2019)). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Mempertahankan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu akan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen yang dapat memberikan dampak abai bagi perusahaan yaitu meningkatnya keuntungan (Hamdan, 2023). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut (Priansa, 2017) yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan jasa, emosi, harga dan biaya.

Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Azhari, Fanani, & Mawardi, 2015). Menurut Ekinci dalam (Hamdan, 2023) setidaknya ada dua formulasi umum tentang Kepuasan yaitu, pertama, adalah kepuasan yang dirasakan hanya pada transaksi tertentu, dan yang kedua adalah kepuasan yang dirasakan secara keseluruhan atau secara kumulatif, sementara kepuasan hasil evaluasi dari peristiwa dan perilaku yang terjadi selama adanya hubungan. Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban dan mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban.

Berdasarkan uraian latar tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X Di Kabupaten Tuban. Diharapkan dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan agar mampu mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan kepuasan pelanggan di sektor kuliner cepat saji.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2024 di gerai Fried Chicken X Di Kabupaten Tuban yang terletak di Jl. Raya Timur No 56 Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Variabel Independen: kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3)
2. Variabel Dependen: kepuasan pelanggan

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). teknik penentuan sampel dilakukan dengan *acidental sampling* atau

berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Populasi pelanggan yang tidak dapat dipastikan jumlahnya, maka dalam penelitian ini ditentukan sampel penelitian menggunakan rumus *Lemeshlow* dan diperoleh minimal sampel yang dibutuhkan yaitu 96,04 responden, namun dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

Data yang diperoleh dianalisis dalam tahapan sebagai berikut:

1. Uji analisis deskriptif untuk memberi gambaran awal pada setiap variabel dalam penelitian. Di mana pada gambaran data tersebut, setiap variabelnya bisa dilihat dari nilai mean, maksimum – minimum dan standar deviasi (Sahir, 2021).
2. Method of Successive Interval (MSI): Data hasil Skala Likert merupakan data skala ordinal yang terlebih dahulu harus diubah menjadi skala interval agar dapat diolah lebih lanjut. Transformasi data ini dilakukan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*.
3. Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *explore* dan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *kolmogorov-smirnov* (Machali, 2021) .
 - b. Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui terdapat atau ada korelasi antara sesama variabel bebas (*independen*), sebab jika variabel bebas saling berkorelasi (*berhubungan*) dinyatakan tidak baik. Sebaliknya jika terbebas dari multikolinearitas maka model regresi linier dinyatakan baik.
 - c. Uji Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (*koefisien*) regresi akan terganggu (Zahriyah, 2021). Uji Heteroskedastisitas menggunakan grafik dengan mengatati *Scatterplot* Dimana tidak terdeteksi heteroskedastisitas bila titik sampel menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.
4. Analisis Regresi Linear Berganda suatu uji yang digunakan penelitian dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan (*naik turunnya*) variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi atau bisa disebut juga suatu uji dimana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
5. Uji Hipotesis
 - a. Uji *t*, untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, dan benar – benar berpengaruh terhadap variabel Y secara terpisah atau parsial (Gozhali, 2011). Uji *t* dilakukan dengan membandingkan nilai *t* hitung dengan *t* tabel.
 - b. Uji *F*, untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau terikat (Gozhali, 2011).
 - c. Uji R^2 , perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh *x1* dan *x2* secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain *x1* dan *x2* semua variabel di luar model yang diwadhahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka nilai R^2 akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model (Syarifudin & Al Saudi, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh jumlah responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan 64 responden berjenis kelamin perempuan sedangkan 36 sisanya berjenis kelamin laki-laki. Sejalan dengan penelitian (Kemarauwana, 2021) yang mengatakan bahwa konsumen makanan cepat saji di Surabaya didominasi oleh perempuan. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1. Responden berdasarkan usia

Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	64
Laki-laki	36
Jumlah	100

Sumber: data primer yang dioleh, 2024

b. Usia

Responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 2. Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah
<20 tahun	51
20-29 tahun	31
30-39 tahun	15
>39 tahun	3
Jumlah	100

Sumber: data primer yang dioleh, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen *fried chicken* adalah usia kurang dari 20 tahun biasanya remaja yang datang bersama teman-teman untuk menikmati *fried chicken*. (Kristiyoningsih & all, 2023) menyebutkan bahwa 76% konsumen *fried chicken* di Kecamatan Di Kabupaten Tuban berada pada usia <25 tahun. Penelitian (Hermansyah dkk, 2025) juga menyebutkan bahwa mayoritas pembeli daging ayam frozen Prima Freshmart merupakan perempuan berusia 21-29 tahun. Sedangkan pada penelitian ini selanjutnya responden berusia antara 20-29 tahun adala 31 responden. 18 responden sisanya berada pada usia lebih dari 30 tahun.

c. Menu yang Dibeli

Tabel 3. Responden Berdasarkan Menu yang dibeli

No	Menu	Jumlah
1	Roket 1 (Sayap+Nasi+Es teh)	26
2	Roket 4 (Paha bawah+Nasi+Es teh)	23
3	Geprek 1 (Sayap geprek+Nasi+Lemon tea)	17
4	Geprek 2 (Paha bawah+Nasi+Lemon tea)	13
5	Roket 7 (Dada/Paha atas+Nasi+Nestea)	9
6	Roket 9 (Chicken steak+Nasi+Nestea)	5
7	Roket 8 (Paha bawah+Nasi+Milo)	3
8	Matah 1 (Sayap matah+Nasi+Lemon tea)	2
9	Terasi 1 (Sayap terasi+ Nasi+Lemon tea)	2

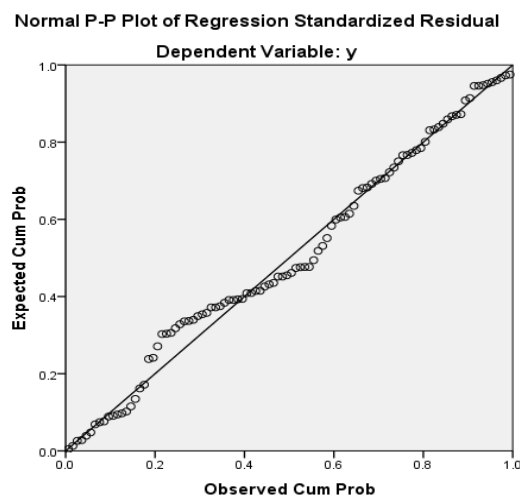
Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan menu yang dibeli oleh responden. Menu yang paling banyak dibeli adalah Roket 1 yang terdiri dari *fried chicken* bagian sayap, nasi dan es teh. Paket Roket 1 menjadi menu favorit karena harga yang relatif murah yaitu Rp. 10.500,00. Menu lain yang banyak diminati juga paket Roket 4, bedanya dengan paket Roket 1 adalah bagian ayam yang digunakan. Paket Roket 4 menawarkan bagian paha bawah ayam sehingga harga yang dibandrol juga lebih mahal yaitu Rp. 16.000,00. Menu dengan variasi sambal terdiri dari sambal geprek, sambal matah dan sambal terasi.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data hasil penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Normalitas (sumber: data primer diolah, 2024)

Titik-titik pada gambar 1 menunjukkan data yang diperoleh pada saat penelitian, diketahui bahwa sebaran data mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian telah memenuhi persyaratan uji normalitas serta layak untuk diuji lebih lanjut. Data yang mengikuti atau bahkan menempel pada garis diagonal menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal. Adapun uji normalitas lainnya yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan syarat hasil uji sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian terdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak terdistribusi normal

Adapun hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73323690
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.074
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov, syarat sebuah data dikatakan memenuhi syarat normalitas adalah apabila nilai Asymp.Sig. (2-tailed) > 0,050. Tabel 4 menunjukkan nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,085 artinya memiliki nilai yang lebih besar dari 0,050 sehingga data hasil penelitian dinyatakan telah memenuhi syarat sebagai data normal.

b. Uji Multikolinearitas

Adpaun hasil uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut;

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.224	2.287		.535	.594		
	x1	.114	.087	.082	1.312	.193	.994	1.007
	x2	.064	.075	.054	.856	.394	.988	1.012
	x3	.401	.032	.791	12.673	.000	.995	1.005

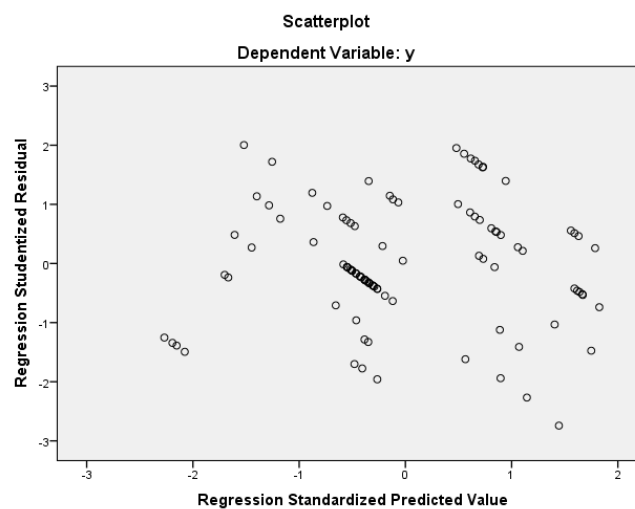
Syarat dari pengujian tersebut menurut (Gozhali, 2011) adalah Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai $Tolerance > 0,01$ maka tidak terjadi multikolineritas. Tabel 5 menunjukkan nilai Tolerance baik untuk faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah lebih dari 0,10. Sedangkan nilai VIF untuk tiga variabel tersebut adalah lebih kecil dari 10,00. Artinya data penelitian ini telah memenuhi syarat uji multikolinearitas dan disimpul tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	-.233	1.397		-.166	.868
x1	.042	.053	.081	.795	.428
x2	.032	.046	.072	.702	.484
x3	.011	.019	.059	.576	.566

Syarat uji heteroskedastisitas adalah apabila nilai $sig > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Tabel 6 menunjukkan nilai sig dari variabel x1 (kualitas produk) adalah 0,428, variabel 2 (harga) sebesar 0,484 dan variabel 3 (kualitas pelayanan) 0,566 artinya, ketiga variabel independent tersebut memiliki nilai $sig > 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji lain dari heteroskedastisitas seperti pada gambar berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 menunjukkan gambar *Scatterplot* hasil uji heteroskedastisitas. Pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data tersebar merata dan tidak menunjukkan adanya pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya data telah memenuhi syarat uji heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.224	2.287		.535	.594
x1	.114	.087	.082	1.312	.193
x2	.064	.075	.054	.856	.394
x3	.401	.032	.791	12.673	.000

Berdasarkan tabel 7 dapat dibuat sebuah persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan pelanggan} = 1,224 + 0,114 (\text{kualitas produk}) + 0,064 (\text{harga}) + 0,401 (\text{kualitas pelayanan})$$

Hasil dari persamaan tersebut dapat diartikan:

1. Nilai konstanta bernilai positif 1,224. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen dan variabel independent menunjukkan pengaruh yang searah. Jika semua variabel bebas bernilai 0% maka nilai kepuasan pelanggan adalah 1,224.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Artinya jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,114.
3. Variabel harga menunjukkan pengaruh positif dan jika variabel harga mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebanyak 0,064.
4. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dimana bila variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,401.

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependent terhadap variabel independent. Hasil uji t pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.224	2.287		.535	.594
x1	.114	.087	.082	1.312	.193
x2	.064	.075	.054	.856	.394
x3	.401	.032	.791	12.673	.000

Syarat diterimanya sebuah hipotesa berdasarkan uji t adalah nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$. Apabila nilai sig $> 0,05$ maka hipotesa tidak dapat diterima. Tabel 8 menunjukkan bahwa:

1. Nilai Sig x1 = 0,193 artinya variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, sehingga H_0 diterima

2. Silai Sig $x^2=0,393$ artinya variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, sehingga H_0 diterima
3. Silai Sig $x^2=0,000$ artinya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, Sehingga H_1 diterima

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel bebas. Adapun hasil uji F pada tabel berikut:

Tabel 9. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	502.504	3	167.501	54.068	.000 ^b
Residual	297.407	96	3.098		
Total	799.911	99			

Syarat dalam uji F adalah apabila nilai Sig.<0,05 maka variabel *independent* secara simultan memberikan pengaruh pada variabel dependent. Tabel 9 menunjukkan nilai Sig.= 0,000 artinya nilai Sig.<0,05 maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban.

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	.628	.617	1.76011

Berdasarkan hasil uji pada tabel 10 diketahui nilai Ajusted R Square sebesar 0,617. Artinya secara simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 61,7% sedangkan 38,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui pengaruh masing-masing variabel data terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban. Hal ini sejalan dengan penelitian (Permatasari & Wahyuningsih, 2020) yang menyebutkan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun secara umum pelanggan menyebutkan rasa yang enak dan memiliki menu yang bervariasi dan secara keseluruhan konsumen merasa puas pada kualitas produk *fried chicken* di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, namun kualitas produk di gerai ini dianggap memiliki kualitas yang sama dengan produk lain sejenisnya. Berbeda dengan penelitian (Andriani, GS, & Susanti, 2022) Kualitas Produk memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Keputusan Pembelian tentu bila produk memiliki keunggulan yang signifikan bila dibanding produk lain yang sejenis.

Kualitas produk ditentukan oleh beberapa indikator yaitu kesegaran, tampilan, rasa, dan inovasi pada makanan (Alvian, 2020). Hasil penelitian menunjukkan pada produk *fried chicken* di Gerai Fried Chicken X berdasarkan indikator kesegaran menunjukkan bahwa *fried chicken* yang disajikan memenuhi standart kesegaran karena disajikan pada suhu hangat cenderung panas baru digoreng dan renyah. Berdasarkan tampilan biasanya *fried chicken* disajikan secara sederhana nasi, *fried chicken*, dan tambahan sambal atau saos tomat. Tampilan yang disajikan sangat sederhana tanpa adanya hiasan. Rasa *fried chicken* yang gurih dan

renyah namun tidak berdeda jauh dengan *fried chicken* pada umumnya. Inovasi yang disajikan pada gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban adalah dengan mengadaptasi rasa yang disukai oleh Masyarakat pada umumnya misalnya dengan penambahan aneka sambal autentik yang disukai konsumen seperti sambal geprek, sambal terasi dan sambal matah.

Diferensiasi produk juga perlu dilakukan pada produk *fried chicken* agar menjadi ciri khas Fried Chicken X. Diferensiasi dapat dilakukan pada inovasi rasa, racikan bumbu khas, tingkat kerenyahan, cara penyajian dan kemasan yang menarik. Penggunaan bumbu rempah dengan cita rasa lokal dapat menjadi identitas pembeda dengan produk dari merek lain. Diferensiasi produk menjadi sangat penting untuk mempertahankan daya saing Fried Chicken X ditengah banyaknya gerai makanan cepat saji di wilayah Kecamatan di Kabupaten Tuban.

Upaya memperkuat *branding* atau strategi merek juga dapat dilakukan agar produk Fried Chicken X selalu diingat konsumen. *Branding* bagi Fried Chicken X memiliki peran untuk membentuk persepsi konsumen mengenai rasa, kualitas dan pengalaman mengkonsumsi produk *fried chicken*. Strategi branding yang tepat untuk Fried Chicken X dapat dilakukan dengan menonjolkan identitas produk sebagai ayam goreng cepat saji yang memiliki rasa khas, harga terjangkau dan pelayanan yang ramah dan cepat. Penggunaan media sosial secara aktif juga dapat memperkuat citra merek di kalangan konsumen. Dengan membangun brand image yang kuat, perusahaan tidak hanya menarik konsumen baru, tetapi mempertahankan pelanggan lama melalui rasa percaya dan kedekatan emosional terhadap merek Fried Chicken X.

Demikian pula dengan harga, harga yang dibanderol mulai dari Rp. 10.500,00 memang dianggap terjangkau, namun hasil analisis data juga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam menilai tingkat kepuasan terhadap produk yang dikonsumsi. Dengan kata lain, pelanggan cenderung lebih menitikberatkan pada aspek kualitas produk dan pelayanan dibandingkan pertimbangan harga. Apabila konsumen menilai bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas yang sepadan dengan harga yang dibayarkan, maka harga tersebut dianggap wajar dan tidak menjadi sumber ketidakpuasan. Dalam konteks Fried Chicken X, konsumen kemungkinan besar telah memiliki persepsi bahwa harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa, porsi, dan pelayanan yang diterima, sehingga variabel harga tidak lagi menjadi pembeda utama dalam menentukan kepuasan. Hal tersebut dapat terjadi karena kini mulai menjamurnya gerai *fried chicken* di Kecamatan di Kabupaten Tuban serta rata-rata memiliki harga yang bersaing dan hampir sama. Harga berbeda apabila konsumen melakukan pembelian dengan jumlah minimal 20 paket.

Penelitian lain yang sejalan yaitu (Hanaysha, 2016) yang menunjukkan bahwa dalam industri kuliner cepat saji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan cenderung lebih lemah dibandingkan faktor kualitas produk dan pelayanan. Hal ini karena pelanggan lebih menilai cita rasa, kebersihan dan kenyamanan dibandingkan dengan selisih harga yang relatif kecil antar gerai. Oleh karena itu, selama harga berada pada rentang yang dianggap wajar, maka pelanggan tidak akan menjadikannya sebagai alasan untuk merasa puas atau tidak puas. Namun, meskipun harga tidak berpengaruh signifikan, perusahaan tetap perlu memperhatikan penetapan harga (*pricing strategy*) agar tetap relevan dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen. Evaluasi harga secara berkala dapat membantu memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak hanya kompetitif tetapi mencerminkan nilai yang diterima konsumen. Bila diperlukan, langkah baiknya restoran cepat saji memberikan harga pada periode tertentu dengan membuat program kartu member untuk sehingga konsumen yang loyal akan diberikan diskon harga (Wahyu, Wicaksono, & Sugiyanto, 2022).

Berbeda dengan kualitas pelayanan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sejalan dengan penelitian (Noor, 2020) yang menyimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa indikator kualitas pelayanan berdasarkan hasil penelitian di Fried Chicken X di Kabupaten Tuban yaitu keandalan (*reliability*) di gerai Fried Chicken X adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, misalnya apabila pelanggan datang saat proses memasak *fried chicken* dan pelayan menjanjikan untuk menunggu 10 menit maka, *fried chicken* akan siap dihidangkan tepat 10 menit kemudian. Jaminan (*Assurance*) yang mampu diberikan kepada konsumen atau pelanggan, misalnya dengan terdapatnya label halal yang menjadi jaminan kehalalan produk *fried chicken* yang dijual, sehingga konsumen beragama Islam merasa aman dan tidak ragu dalam mengkonsumsi. Empati pelayanan dilakukan oleh karyawan dengan membantu menjelaskan jenis menu yang diinginkan oleh pelanggan. Penampilan fisik pelayanan, Dimana di Fried Chicken X di Kabupaten Tuban memiliki beberapa fasilitas penunjang seperti tempat cuci tangan, area bermain anak, meja tempat pemesanan dan kasir, area parkir dan area toilet yang mudah dijangkau oleh pengunjung.

Selain itu, pelayanan yang berkualitas memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan menciptakan hubungan emosional positif dengan merek. Ketika pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai, mereka cenderung merasa lebih puas dan berpotensi menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan di Fried Chicken X di Kabupaten Tuban dapat dilakukan melalui pelatihan sumberdaya manusia, penerapan standar pelayanan yang konsisten, serta sistem evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam membangun kepuasan pelanggan.

Secara simultan, variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 61,7%, sedangkan 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti promosi, lokasi, citra merek, atau suasana lingkungan restoran. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsep multidimensional yang melibatkan berbagai aspek yang saling berinteraksi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun produk, harga, dan pelayanan merupakan komponen utama dalam menciptakan kepuasan, faktor-faktor eksternal juga memiliki peranan penting dalam memperkuat pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Ada beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional pelanggan, harga produk dan biaya tambahan yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk tersebut (Indrasari, 2019). Kepuasan pelanggan adalah merupakan satu aspek penting yang akan mempengaruhi Keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Sehingga dalam memaksimalkan kepuasan pelanggan, pengusaha harus selalu mengembangkan ide dan metode yang sesuai dengan keinginan pelanggan (Susanti & Zein, 2024).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban. Artinya ketiga variabel ini memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan tidak hanya terbentuk dari satu faktor tunggal saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi terpadu dalam pengelolaan kualitas produk, penetapan harga dan peningkatan pelayanan. Ketiga aspek tersebut harus dikelola secara seimbang agar dapat menciptakan nilai positif yang dirasakan pelanggan secara optimal. Upaya berkelanjutan menjada mutu produk, menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen dan loyalitas pelanggan terhadap Fried Chicken X di Kabupaten Tuban.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di gerai Fried Chicken X di Kabupaten Tuban, Adapun nilai pengaruh tersebut sebesar 61,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Disarankan agar ada kajian mengenai strategi diferensiasi produk dan penetapan harga tetap perlu dievaluasi agar sesuai dengan daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, I. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen "Masalah". *Performa*, 295-302.
- Andriani, GS, A. D., & Susanti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Cepat Saji (studi kasus KFC di Surabaya). *Jumma*45, 1(1); 104-110. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i1.203>.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. D. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 28(1). 143-148.
- Gozhali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamdan, R. (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN KHAS Press.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2); 31-40. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.139>.
- Hermansyah Trio, & all. (2025). Karakteristik Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Frozen Di Toko Prima Freshmart Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Agribisnis Terapan*, Vol. 3(2): 104-110.
- Indahsari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kristiyoningsih, & all. (2023). The Impact of Halal Label Availability on Fried Chicken Purchase Decisions: A Case Study in Di Kabupaten Tuban District, Tuban Regency. *Agriecobis*, 23-33. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v6i01.24320>.
- Machali, I. (2021). *Penelitian Kuantitatif. Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Noor, F. V. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*. Bengkulu: Fakultas Ekonomi IAIN Bengkulu.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6(2). 1-9.
- Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta. *Cakrawanga Bisnis*, 99-114. <https://doi.org/10.35917/cb.v1i1.127>.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

- Kristiyoningsih dkk : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Sari, S. A. (2017). *Fried Chicken Kaki Lima ((Kajian Kebiasaan dan Selera Makan Pada Masyarakat Perkotaan di Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Skripsi. Universitas Lampung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, L., & Zein, A. (2024). *Manajemen Kepuasan Pelanggan*. Purbalingga: Aureka Media Aksara.
- Syarifudin, & Al Saudi, I. (2022). *Metode Riset Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Wahyu, W. E., Wicaksono, B. W., & Sugiyanto, E. (2022). Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Cepat Saji di Jakarta. *Warta Dharmawangsa*, 6(4); 769-779. <https://doi.org/10.46576/wdw.v16i4.2433>.
- Zahriyah, A. e. (2021). *Ekonometrika*. Jember: Mandala Press.