



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 7386-7395

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan

Ridho Septian Sembiring Meliala¹, Yahya Tanjung²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Potensi Utama, Medan

¹septianridho322@gmail.com, ²yahyasbn25@gmail.com

Abstrak

Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang yang memiliki peluang besar untuk berkembang pesat dan memberikan hasil menjanjikan bagi pelaku usaha. Salah satu cara mencapai keberhasilan adalah melalui kegiatan pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial dan simultan variabel kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada mitra Bolu Menara Medan. Pendekatan penelitian adalah asostatif kausal untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan metode kuantitatif. Data penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang membeli produk Bolu Menara di outlet Martubung, Marelان, Percut, dan Mabar yang jumlahnya tidak diketahui pasti. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik accidental sampling yaitu responden yang kebetulan dijumpai sesuai klasifikasi sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Lameshow, sehingga diperoleh 100 responden yaitu konsumen yang membeli produk Bolu Menara di cabang Martubung, Marelان, Percut, dan Mabar. Jumlah ini dianggap cukup mewakili dan menghindari bias. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

1. Latar Belakang

Bisnis Kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang sangat besar untuk dapat berkembang dengan pesat dan hasil yang sangat menjanjikan bagi para pelaku usaha yang bergerak dibidang tersebut. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran. Kuliner merupakan sebuah kebutuhan dan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan dan minuman yang sangat dibutuhkan oleh tubuh untuk beraktivitas mulai dari hidangan sederhana hingga hidangan yang berkelas tinggi dan mewah (Hutauruk & Sitorus, 2022). Usaha di bidang kuliner sangat banyak jenisnya diantaranya yaitu, restoran, kafe, bakeri/toko roti, katering, usaha makanan setengah jadi dan konter makanan kaki lima. Dunia bakery di Tanah Air terus memunculkan beragam tren cake yang jadi favorit banyak orang. Pebisnis cake pun mau tak mau harus jeli melihat peluang dan kesempatan dari tren cake yang banyak diburu pembeli. Ada kalanya cake yang dulu sempat tenggelam kepopulerannya kini kembali naik dan viral (Pulumbara & Ilham, 2023).

Sumatera Utara merupakan provinsi yang terdapat banyak kota besar di dalamnya, salah satunya Medan sebagai ibukota provinsi Sumut. Ada banyak alasan mengapa makanan khas Sumatera Utara populer di kalangan penikmat kuliner. Dikenal dengan kombinasi rasa yang khas kebanyakan daerah di Sumatera, yaitu gurih, pedas, asam, dengan rempah berlimpah. Kekayaan rasa tersebut dihasilkan dari pengaruh budaya multikultural di Sumatera Utara itu sendiri. Ada pengaruh budaya Melayu, Batak, Cina, dan India sehingga menghadirkan segudang hidangan yang karakternya beragam. Ditengah berkembangnya zaman, bisnis kuliner semakin banyak menjamur dan banyak menciptakan hal hal baru dan unik yang merupakan hasil dari Inovasi para pelaku usaha tersebut dan salahsatunya bisnis kuliner oleh-oleh, Bisnis ini berfokus pada penjualan makanan ataupun minuman yang khas dan bisa dibawa pulang oleh para pelanggan untuk dijadikan oleh-oleh (Firdausi, 2020).

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan

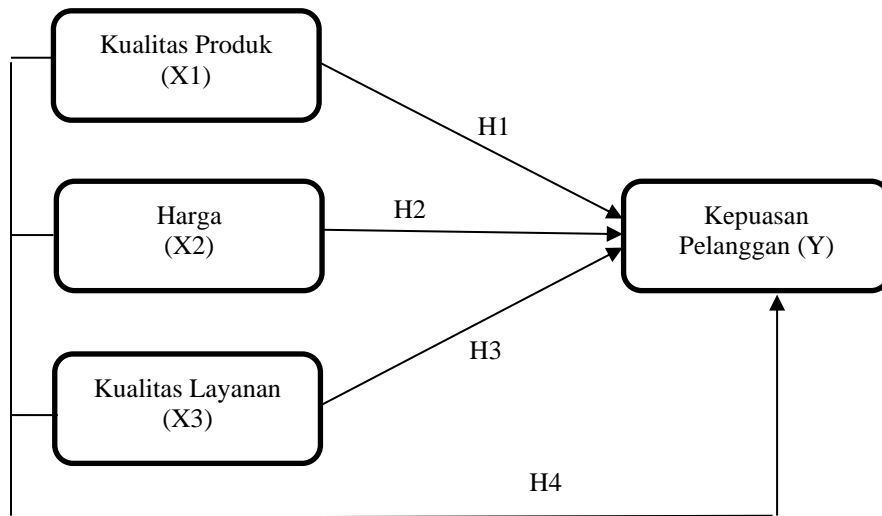
Bisnis ini memanfaatkan minat masyarakat untuk membawa oleh-oleh khas daerah ketika berkunjung sebagai hadiah. Para pelaku usaha Oleh-oleh cake Terkhususnya di Medan berlomba lomba menjadi yang terbaik dan jadi Pilihan ataupun Icon untuk Kota Medan itu sendiri, agar para wisatawan diluar daerah ataupun mancanegara tidak Lupa untuk membeli oleh-oleh dari daerah tersebut sebagai pertanda bahwa sudah pernah berkunjung ke kota tersebut (Nugroho et al., 2024). Salah satu bisnis kuliner oleh-oleh yang saat ini sedang naik daun yaitu produk Bolu Menara, Terinspirasi oleh Menara Tirtanadi, sebagai salah satu ikon Kota Medan, Bolu Menara menjadi sajian kue modern bercita rasa khas Medan. Sejak tahun 2021, Bolu Menara telah membuka toko resminya sendiri di pusat kota. Seluruh produk dibuat secara lokal dengan bahan asli dari Medan. Bolu Stim Menara merupakan sajian kue bertekstur lembut, ringan di mulut, namun padat berisi. Banyak pilihan topping pelengkap rasa, yang cocok sebagai cemilan ataupun oleh-oleh untuk orang tersayang (Ahyani, 2022). Untuk Menjaga kualitas produknya, Bolu Menara memiliki pabrik yang hanya khusus diperuntukkan untuk para mitra ataupun cabang dari Bolu Menara, produk bolu Menara tidak di produksi di masing-masing mitra atau cabang, jadi setiap mitra ataupun cabang mengambil produk pada satu pabrik.

Berdasarkan 7 data penjualan dari ketujuh cabang/mitra Bolu Menara, terlihat bahwa pendapatan penjualan pada Mitra Bolu Menara tersebut pada tahun 2024 konsisten mengalami penurunan penjualan. Dan Penurunan penjualan juga erjadi fluktuatif bisa terjadi di ahun 2022 dan 2023. Penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, menyebabkan penjualan tidak maksimal. Jika hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menimbulkan dampak negatif seperti kerugian pendapatan, kehilangan konsumen, dan perusahaan dapat gulung tikar. Persaingan pasar yang ketat menuntut pelaku usaha untuk memberikan inovasi-inovasi yang menunjang peningkatan bisnisnya seperti variasi produk yang di jualnya. (Jennifer & Laulita, 2023). Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang.

Menurut Wijaya et al (2023) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Berdasarkan hasil prasurvei yang ditampilkan mayoritas responden menyatakan masih banyak yang tidak setuju terkait kepuasan, hanya satu dari pernyataan yang memiliki persentase lebih tinggi dengan pernyataan “proses pemesanan/pembelian Bolu Menara sangat mudah dan efisien” Hal ini membuktikan masih banyak aspek yang belum terpenuhi untuk kepuasan pelanggan pada produk Bolu Menara, baik dari segi pelayanan, kualitas produk ataupun sekedar memenuhi harapan pelanggan. Selanjutnya berdasarkan hasil prasurvei yang ditampilkan mayoritas responden menyatakan masih banyak yang tidak setuju terakait kualitas produk. Hal ini membuktikan kualitas produk Bolu Menara masih ada yang bermasalah dan tidak sesuai dengan harapan pelanggan adapun beberapa aspek yang perlu diperbaiki terkait kemasan produk yang aman untuk produk tersebut, tahan lamanya produk tersebut ataupun varian rasa yang perlu di inovasi agar lebih menarik minat para pelanggan di Bolu Menara tersebut.

Harga yang diberikan Bolu Menara sudah sesuai dengan produk yang diterima, adapun beberapa aspek yang perlu diperbaiki terkait kebijakan diskon atau promo harus lebih sering dilakukan, informasi harga harus lebih jelas dan transparan, dan tersedianya paketan harga pada produk agar memudahkan konsumen yang ingin membeli lebih dari 1 macam produk. Berdasarkan hasil prasurvei yang ditampilkan mayoritas responden menyatakan masih banyak yang tidak setuju terkait layanan. Hanya satu dari empat pernyataan yang memiliki persentase setuju yang lebih tinggi. Layanan dengan membuat toko/cabang bersih dan terawat menjadi satu pernyataan yang persentase setuju yang tinggi. Adapun aspek yang perlu diperbaiki meliputi karyawan Bolu Menara harus menunjukkan kompetensi yang memadai, saluran komunikasi yang harus fast respon dan tanggap dalam melayani pelanggan, dan kepuasan secara keseluruhan layanan pada Bolu Menara Medan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas menunjukkan adanya penurunan penjualan pada Mitra Bolu Menara Medan dan berdasarkan prasurvey peneliti menemukan masih terdapat masalah pada Kualitas produk, Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan”.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: oleh penulis (2025)

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Mengacu pada latar belakang belakang masalah, rumusan, dan tujuan penelitian maka peneliti dapat menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mitra Bolu Menara Medan

H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mitra Bolu Menara Medan

H3: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mitra Bolu Menara Medan

H4 : Kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mitra Bolu Menara Medan.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah pendekatan asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan antar satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2022). Sedangkan metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif. Penelitian yang dilaksanakan pasda outlet Bolu Menara di Cabang Martubung, Marelan, Percut dan Mabar. Waktu penelitian ini dari bulan Maret 2025 - Agustus 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk produk Bolu Menara di outler Cabang Martubung, Marelan, Percut dan Mabar yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu responden yang berkebetulan dijumpai sesuai dengan klasifikasi sampel. Untuk mengetahui jumlah sampel dengan populasi yang tidak dapat diketahui maka peneliti menggunakan rumus Lameshow, Teknik pengambilan sampel dimana jumlah populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan rumus yaitu rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) sehingga diperoleh ($z = 1,96$)

p = perkiraan porporasi 50% (0,5)

d = sampling error = 10% (0,1)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,92^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{10^2}$$

$$n = \frac{3,8416,0,25}{0,01}$$
$$n = \frac{96}{0,01}$$

n = 96,04 = dibulatkan 100 responden

Maka adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yaitu konsumen yang membeli produk Bolu Menara di Cabang Martubung, Marelan, Percut dan Mabar. Alasan penelitian menambahkan jumlah responden menjadi 100 ialah agar data lebih terwakilkan dan representatif dan terhindar dari adanya data bias.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan pada konsumen atau responden pada produk Bolu Menara di Kota Medan yang berjumlah 30 orang sebagai tahap awal. Selanjutnya, berdasarkan hasil yang diperoleh nilai r tabel = pada n-2 (30-2) adalah 28 pada taraf signifikan 5% untuk uji dua arah (0,05) adalah 0,361. Adapun hasil dari uji validitas variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0.726	0,361	Valid
X1.2	0.591	0,361	Valid
X1.3	0.579	0,361	Valid
X1.4	0.740	0,361	Valid
X1.5	0.714	0,361	Valid
X1.6	0.636	0,361	Valid
X1.7	0.619	0,361	Valid
X1.8	0.808	0,361	Valid
X2.1	0.720	0,361	Valid
X2.2	0.741	0,361	Valid
X2.3	0.677	0,361	Valid
X2.4	0.700	0,361	Valid
X2.5	0.832	0,361	Valid
X2.6	0.699	0,361	Valid
X2.7	0.718	0,361	Valid
X2.8	0.800	0,361	Valid
X2.9	0.734	0,361	Valid
X2.10	0.687	0,361	Valid
X3.1	0.752	0,361	Valid
X3.2	0.736	0,361	Valid
X3.3	0.685	0,361	Valid
X3.4	0.563	0,361	Valid
X3.5	0.701	0,361	Valid
X3.6	0.649	0,361	Valid
X3.7	0.683	0,361	Valid
X3.8	0.639	0,361	Valid
X3.9	0.790	0,361	Valid
X3.10	0.662	0,361	Valid
Y.1	0.731	0,361	Valid
Y.2	0.677	0,361	Valid
Y.3	0.822	0,361	Valid
Y.4	0.813	0,361	Valid

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y.5	0.412	0,361	Valid
Y.6	0.534	0,361	Valid
Y.7	0.580	0,361	Valid
Y.8	0.817	0,361	Valid
Y.9	0.833	0,361	Valid
Y.10	0.706	0,361	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 1. diketahui bahwa nilai *corrected item total correlation* berada $> 0,361$, maka dinyatakan seluruh item pernyataan valid/sah.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.826	Reliabel/Handal
Harga (X2)	0.878	Reliabel/Handal
Kualitas Layanan (X3)	0.827	Reliabel/Handal
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.897	Reliabel/Handal

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 2. di atas diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* berada $> 0,60$ maka dinyatakan seluruh item pernyataan reliabel/andal.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas biasanya dilakukan melalui pendekatan Kolmogorov smirnov.

**Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorove-Smirnov
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2.32202796
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,079^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 3. di atas diketahui bahwa hasil uji kolmogorove-smirnov memiliki nilai signifikansi sebesar $0,079 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varians dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Gletsjer Heteroskedasitistas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,719	2,176		0,33	0,392
Kualitas Produk	0,053	0,062	0,096	0,859	0,392
Harga	-0,012	0,045	-0,029	0,260	0,795
Kualitas Layanan	-0,009	0,049	-0,019	0,310	0,848

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 4. di atas hasil uji Glejser di atas, nilai signifikansi dari ketiga variabel independen tersebut > dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolienaritas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	5,979	3,277		1,824	0,071
Kualitas Produk	0,252	0,094	0,202	2,695	0,008
Harga	0,511	0,068	0,551	7,504	0,000
Kualitas Layanan	0,160	0,074	0,147	2,172	0,032

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 5. diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan > 0,10 dan VIF < 10 maka penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,023	3		1,824	0,071
Kualitas Produk	0,252	0,094	0,202	2,695	0,008
Harga	0,511	0,068	0,551	7,504	0,000
Kualitas Layanan	0,161	0,074	0,147	2,172	0,032

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu Tabel 6. dijelaskan bahwa persamaan regresinya dari nilai-nilai diatas adalah:

$$Y = 6,023 + 0,252X_1 + 0,511X_2 + 0,161X_3 + e$$

Keterangan:

1. Dari persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 6,023 yang berarti variabel Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂), dan Kualitas Layanan (X₃) dalam keadaan konstan sebesar 6,023
2. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien b₁ = 0,252 menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Kualitas Produk akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 37,5%

3. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien $b_2 = 0,511$ menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Harga akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 5,7%
4. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien $b_3 = 0,16$ menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Kualitas Layanan akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 51,3%.

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,023	3		1,824	0,071
Kualitas Produk	0,252	0,094	0,202	2,695	0,008
Harga	0,511	0,068	0,551	7,504	0,000
Kualitas Layanan	0,161	0,074	0,147	2,172	0,032

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 7. dapat diketahui bahwa angka-angka variabel bebas saling mempengaruhi variabel terikat.

1. Diketahui nilai t hitung 2,695 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (X1) $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
2. Diketahui nilai t hitung 7,504 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi untuk variabel harga (X2) $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
3. Diketahui nilai t hitung 2,172 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan (X3) $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas layanan (Y).

Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692,733	3	230,911	48,078	,000 ^b
	Residual	557,134	116	4,803		
	Total	1249,867	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 8. diketahui nilai F hitung 48,078 dari hasil $\alpha = 5\%$, dan nilai F tabel 2,699. Kesimpulan dari tabel diatas adalah nilai F hitung $69,820 > F$ tabel 2,699 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bolu Menara di Kota Medan.

Hasil Uji Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	0,554	0,543	2,19155

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 9. diketahui nilai *adjusted R square* = 0,543 yang berarti 54,3% faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Mitra Bolu Menara di Kota Medan dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan 32,4 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain dalam penelitian ini.

Diskusi

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Menelaah pada hasil uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mitra Bolu Menara Medan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Produk yang dijalankan, maka semakin tinggi pula Kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Salsabila (2018) dan Rosadi (2020), yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berkontribusi nyata terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan Kualitas Produk yang memadai, Para pelanggan akan merasa puas dan kebutuhannya serta merta akan terpenuhi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk merupakan salah satu faktor penting yang mampu meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kualitas produk yang disajikan pelaku usaha, maka semakin besar peluang usaha mereka untuk tumbuh, berkembang, dan bertahan dalam persaingan pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Menelaah pada hasil uji-t yang dilakukan diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga merupakan salahsatu faktor pening dalam kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang berbelanja dengan berlandaskan dengan “materi” akan mudah mengingat produk dengan harga yang lebih terjangkau. Bolu Menara telah berkomitmen untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan harga juga masih bisa dijangkau oleh banyak lapisan masyarakat pada umumnya. Meskipun ada sebagian konsumen yang menjawab tidak setuju, Bolu Menara telah membuktikan bahwa harga yang ditawarkan sudah cukup sesuai dengan kualitas yang diberikan, dengan catatan pihak Bolu Menara harus mempertahankan Harga dan kualitas yang sepadan itu. Penelitian ini juga mendukung temuan Tjiptono (2020), yang menyatakan bahwa Harga mampu meningkatkan efisiensi pelanggan, mempercepat aliran dana, serta mendukung pertumbuhan penjualan . Dengan demikian Harga juga menjadi faktor yang tak kalah pentingnya dengan faktor lain dalam menunjang kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga berperan sebagai fasilitator yang meningkatkan efisiensi transaksi dan memperlancar usaha kuliner di Kota Medan terkhususnya bisnis kuliner oleh-oleh.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menelaah pada hasil uji-t yang dilakukan diketahui variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju dan sangat setuju dengan pernyataan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan Hal ini membuktikan bahwa mayoritas konsumen keika berkunjung ke Mitra Bolu Menara sudah terpenuhi keinginannya, tidak jarang kita juga tahu bahwa konsumen yang banyak tanya dan banyak maunya juga menjadi ujian dalam pelayanan, ketika Karyawan Bolu Menara mampu memberikan yang terbaik maka hal tersebut bisa sangat membekas di hati para konsumen dan yang pastinya bakal kunjung datang lagi. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Indriani (2020), yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berperan besar dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan, khususnya melalui peningkatan Layanan melalui Karyawan yang bekerja pada Mitra Bolu Menara. Pengendalian emosi yang baik dari karyawan, pengetahuan yang mumpuni tentang produk, merupakan hal yang harus dimiliki oleh karyawan agar terciptanya Kualitas Layanan yang baik. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih ada sebagian kecil Responden yang masih ragu dengan menjawab netral. Untuk itu Pihak Bolu Menara harus segera mencari cara agar mempunyai Pelayanan yang berkualitas, baik dari segi fasilitas toko, Menciptakan Karyawan yang berkualitas serta memperhatikan apa saja faktor lain yang dapat mengurangi kualitas Layanan yang diberikan oleh Mitra Bolu Menara. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara di Kota Medan. Keberhasilan usaha kuliner tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengelola keuangan atau memanfaatkan teknologi, tetapi terutama oleh kemampuan mengedepankan Layanan,

Menciptakan suasana hati yang baik pada Pelanggan, dan juga menciptakan SDM terbaik agar Kualitas Layanan dapat berjalan dengan baik.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menelaah pada hasil uji F diketahui secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bolu Menara di Kota Medan. Hasil dari analisis data ini membuktikan bahwa ketiga variabel yaitu Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara di Kota Medan. Dari sisi Kualitas Produk bahwasannya kemasan pada Produk Bolu Menara mendapat perhatian khusus dari konsumen dan mendapat respon yang baik, walaupun masih ada yang menjawab tidak setuju, akan tetapi mayoritas yang menjawab setuju mengartikan bahwa kemasan packaging pada produk Bolu Menara sudah cukup menarik dan membuat pelanggan tertarik untuk membeli ataupun melakukan repeat order. Selanjutnya, Harga juga memberikan kontribusi positif meskipun relatif lebih kecil dibanding variabel lain. Bolu Menara juga telah berkomitmen untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan harga juga masih bisa dijangkau oleh banyak lapisan masyarakat pada umumnya. Meskipun ada sebagian konsumen yang menjawab tidak setuju, Bolu Menara telah membuktikan bahwa harga yang ditawarkan sudah cukup sesuai dengan kualitas yang diberikan, dengan catatan pihak Bolu Menara harus mempertahankan Harga dan kualitas yang sepadan itu. Untuk Kepuasan Pelanggan Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju dan sangat setuju dengan pernyataan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan Hal ini membuktikan bahwa mayoritas konsumen ketika berkunjung ke Mitra Bolu Menara sudah terpenuhi keinginannya, tidak jarang kita juga tahu bahwa konsumen yang banyak tanya dan banyak maunya juga menjadi ujian dalam pelayanan, ketika Karyawan Bolu Menara mampu memberikan yang terbaik maka hal tersebut bisa sangat membekas di hati para konsumen dan yang pastinya bakal kunjung datang lagi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mitra Bolu Menara Medan. Selanjutnya dilihat dari penelitian ini adanya jawaban Pelanggan Mitra Bolu Menara mengenai Kualitas Produk bahwa produk Bolu Menara sudah banyak memenuhi harapan para pelanggan. Meskipun masih ada beberapa yang menjawab netral, ini berarti masih ada pelanggan yang belum sepenuhnya terpenuhi harapannya. Ini menjadi PR tersendiri untuk pihak Bolu Menara untuk memenuhi harapan para pelanggan tersebut terkhususnya pada Kualitas Produk. Baik dari segi rasa, tekstur, kemasan packaging ataupun masa expayet produk tersebut. Dilihat dari penelitian ini adanya jawaban Pelanggan Mitra Bolu Menara mengenai Harga bahwa produk Bolu Menara sudah cocok dengan harga yang ditawarkan, sesuai dengan kualitasnya yang tinggi. Hal ini membuktikan bahwa Bolu Menara telah berkomitmen untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan harga juga masih bisa dijangkau oleh banyak lapisan masyarakat pada umumnya. Meskipun ada sebagian konsumen yang menjawab tidak setuju, Bolu Menara telah membuktikan bahwa harga yang ditawarkan sudah cukup sesuai dengan kualitas yang diberikan, dengan catatan pihak Bolu Menara harus mempertahankan Harga dan kualitas yang sepadan itu agar para pelanggan konsisten berbelanja di Bolu Menara. Dilihat dari penelitian ini adanya jawaban Pelanggan Mitra Bolu Menara mengenai Kualitas Layanan bahwa Konsumen telah mendapatkan pelayanan yang cukup memuaskan dari segi pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan yang terdapat pada Mitra Bolu Menara, Perekrutan Karyawan yang baik, dan melakukan pelatihan secara rutin oleh pihak Bolu Menara menghasilkan Karyawan yang memiliki Pengetahuan dan Kompetensi yang memadai. Diharapkan Pihak Bolu Menara secara rutin memberikan pelatihan atau arahan agar tetap konsisten menghasilkan Kualitas Layanan yang baik melalui para karyawannya

Referensi

1. Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523>
2. Ananda, R., & Manik, C. D. (2024). *Spectrum: Multidisciplinary Journal* PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK NIKE DI PT. GIORDANO INDONESIA TANGERANG). Januari, 1(1), 1–16. <file:///C:/Users/hp/Downloads/1-16.+Rizky+Ananda.pdf>

3. Andrian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee Di Banda Aceh). Repository.Ar-Raniry.Ac.Id, 5(3), 248–253. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15049/>
4. Anggi
5. Arini, D. P., & Prabowo, A. (2025). Analisis Customer Experience Dan Customer Trust Terhadap Keputusan Pasien Berkunjung Kembali Pada Klinik Alternatif Akupuntur Serumpun Bambu. *Analisis*, 15(02), 310-328.
6. Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
7. Budiono, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan dimasa pandemi COVID-19. *SEGMENTAL Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223-247.
8. Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
9. ERLANGGA, Andi Yudha; PRABOWO, Ari. Pengaruh Ketepatan Waktu dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Cargo Cabang Medan. *JURNAL WIDYA*, 2024, 5.2: 1676-1689.
10. Firdausi, N. I. (2020). No Title. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
11. Handayani, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ompu Gende Coffee Medan. Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area.
12. Hidayat, I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap). *Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali*, 1(2), 23.
13. Hutauruk, S. L. B., & Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 484–495. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.451>
14. Jennifer, J., & Buntu Laulita, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(2), 184–199. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3133>
15. Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
16. Nanda, M. T., & Wangdra, Y. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Teno Sukses Abadi Di Kota Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 5.
17. Nugroho, H. W., Harini, S., & Silaningsih, E. (2024). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Greenwheels Coffee Idn. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(1), 12–25.
18. Prabowo, A., & Risal T. (2023) Peran Enterpreneurial Orientation dan Social Media Marketing Terhadap Peningkatan Strategi Bersaing (UMKM) Coffee Shop Pada Era Modern Customer Di Kota Medan. *Jurnal Menara Ekonomi*
19. Prabowo, A., & Santii, S, Parhusip, A.A, & Tanjung, Y. (2023) Determinan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Mondelez Internasional Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 4(2), 83-97.
20. Prabowo, A., Dewi, A. F., Parhusip, A. A., Wijaya, M. R., & Tanjung, Y. (2025). *MODERN ENTERPRENEURSHIP (Enterpreneurial Mindset: Cara Berpikir Yang Mengubah Ide Menjadi Realitas)*. Serasi Media Teknologi.
21. Prabowo, A., Tanjung, Y., Wahyuni, E. S., & Aspan, H. (2025). Transformasi Destinasi Pemasaran: Model Integratif Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Objek Wisata Sidebu-Debu, Kabupaten Karo Sumatera Utara: Marketing Destination Transformation: An Integrative Model of Sustainable Tourism Development in the Sidebu-Debu Tourism Area, Karo Regency, North Sumatra. *Economic and Education Journal (Ecducation)*, 7(2), 455-476.
22. Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Tanjung, Y., Wijaya, M. R., & Adam, A. A. (2025). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)*. Serasi Media Teknologi.
23. Prabowo, A., Sari, P., Tanjung, Y., Roni, S., & Alfredo, R. H. (2025). SMART OFFICE, SMART NATION: Smart Office, Smart Nation: Mempersiapkan Generasi Unggul Melalui Standarisasi Uji Kompetensi Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 9(2), 208-218.
24. Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta: Bandung.
25. Tanjung, Gandhioda. (2024).” Pengaruh Celebrity Endorsement, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Management, Accounting Islamic Banking and Islamic Economic Journal* Vol. 2 No. 1 Halaman 16-27.
26. Tanjung, Riski. (2024). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile banking terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut. *Jurnal Bintang Manajemen* Vol. 1 No. 1 Halaman 192-205.