



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

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

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 3730-3741

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

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Makanan di Food Court Kampus Universitas Negeri Surabaya Ketintang

Gio Vanesa Hana Faiza¹, Andika Kuncoro Widagdo², Any Sutiadiningsih³, Nurul Farikhatir Rizkiyah⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya

gio.21074@mhs.unesa.ac.id, andikawidagdo@unesa.ac.id, anysutiadiningsih@unesa.ac.id,

nurulrizkiyah@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepuasan pelanggan sebagai strategi bisnis utama untuk mempertahankan posisi pasar dan meningkatkan laba, khususnya pada penyedia layanan makanan di lingkungan akademis. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku bisnis dituntut mampu memahami kebutuhan dan harapan konsumen agar tetap kompetitif dan berkelanjutan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di Foodcourt Baseball Kampus Universitas Negeri Surabaya (Unesa) Ketintang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert kepada mahasiswa aktif Unesa Ketintang sebagai responden penelitian. Teknik analisis data meliputi uji validitas untuk memastikan ketepatan instrumen, uji reliabilitas untuk menguji konsistensi jawaban, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga menjadi pertimbangan utama dengan tingkat kepuasan sebesar 79%, yang menunjukkan bahwa keterjangkauan dan kesesuaian harga sangat memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Sementara itu, kualitas pelayanan dinilai baik dengan rata-rata skor 4,27, meskipun terdapat penurunan keramahan staf pada jam-jam sibuk. Temuan ini memberikan implikasi manajerial bagi pengelola foodcourt dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing usaha.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Food Court Baseball Unesa

1. Latar Belakang

Berikut ini adalah petunjuk penulisan naskah di Jurnal RIGGS (Jurnal Kecerdasan Buatan dan Bisnis Digital) yang Kepuasan pelanggan merupakan elemen strategis dalam keberlangsungan usaha penyedia makanan, terutama di lingkungan akademis yang memiliki karakteristik konsumen homogen dengan kebutuhan spesifik [1]. Foodcourt Baseball Kampus Universitas Negeri Surabaya (Unesa) Ketintang menjadi salah satu pusat pemenuhan kebutuhan makan bagi civitas akademika, sehingga pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumennya menjadi penting secara praktis maupun akademis.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji variabel serupa di konteks yang berbeda. Tombeng (2019) menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan [2]. Pangestu (2016) menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien sebesar 94,2% [3]. Sementara itu, Ronaitawati (2016) membuktikan kualitas pelayanan berhubungan signifikan dengan kepuasan konsumen di kantin perguruan tinggi [4]. Namun, Tussifa (2022) justru menemukan hasil berbeda, di mana kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konteks restoran cepat saji [5].

Kesenjangan yang teridentifikasi dari kajian literatur tersebut adalah belum adanya penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh simultan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di lingkungan foodcourt kampus negeri di Surabaya. Inkonsistensi hasil antar penelitian terdahulu juga mengindikasikan bahwa konteks lokasi dan segmen konsumen berperan penting dalam menentukan faktor dominan kepuasan, sehingga generalisasi temuan dari satu konteks ke konteks lain tidak dapat dilakukan secara langsung. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas makanan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Makanan di Food Court Kampus Universitas Negeri Surabaya Ketintang

di Foodcourt Baseball Kampus Unesa Ketintang. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: apakah kualitas pelayanan, harga, dan kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan?

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner daring (Google Form) yang disebar kepada mahasiswa aktif Universitas Negeri Surabaya (Unesa) Ketintang. Pengambilan data dilaksanakan pada 1 Mei 2025 pukul 12.00 WIB di Foodcourt Baseball Kampus Unesa Ketintang, Jalan Ketintang, Kecamatan Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60231.

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Unesa Ketintang yang berjumlah 21.000 orang yang tersebar di tujuh fakultas sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Roscoe [4], yakni jumlah indikator dikalikan antara 5 hingga 10. Dengan 15 indikator dan pengali 7, diperoleh sampel sebanyak 105 responden, sebagaimana persamaan berikut:

$$n = \text{jumlah indikator} \times 7 \dots (1)$$

$$n = 15 \times 7 = 105 \text{ responden}$$

Di mana n adalah jumlah sampel minimum dan angka pengali 7 dipilih karena menghasilkan ukuran sampel yang cukup representatif untuk analisis regresi berganda [5]. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling terhadap mahasiswa aktif yang hadir di foodcourt pada saat pengambilan data.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif Unesa Ketintang 2024

No	Fakultas	Populasi
1	Fakultas Ilmu Pendidikan	3.500
2	Fakultas Bahasa dan Seni	3.200
3	Fakultas Matematika dan IPA	4.000
4	Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum	3.800
5	Fakultas Teknik	3.500
6	Fakultas Olahraga dan Kesehatan	2.500
7	Fakultas Ekonomi	3.000
Total		21.000

2.2. Variabel dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Kualitas pelayanan (X1) diukur melalui indikator kecepatan layanan, keramahan staf, ketanggapan, akurasi pesanan, dan kemudahan transaksi. Kualitas produk (X2) diukur melalui rasa, aroma, penampilan, tekstur, dan kebersihan. Harga (X3) diukur melalui keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing, kesesuaian dengan manfaat, dan transparansi harga. Kepuasan konsumen (Y) diukur melalui kesesuaian harapan, niat pembelian ulang, dan rekomendasi kepada orang lain. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima poin. Rincian instrumen disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Penelitian

No	Indikator	Pertanyaan
1	Harga (X3): keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, daya saing, kesesuaian dengan manfaat, transparansi harga	(1) Saya merasa puas dengan harga yang diberikan oleh penjual; (2) Harga sebanding dengan kualitas makanan; (3) Masih terdapat aspek harga tinggi yang perlu ditingkatkan; (4) Saya pernah mengalami kenaikan harga signifikan yang memengaruhi persepsi saya; (5) Saya merasa terbantu dengan adanya pembayaran nontunai
2	Kualitas Produk (X2): rasa, aroma, penampilan, tekstur, kebersihan	(1) Saya merasa puas dengan kualitas makanan; (2) Saya merasa puas dengan penyediaan tempat makan; (3) Saya pernah mengalami masalah pada produk yang diterima; (4) Ketersediaan produk selalu memenuhi harapan; (5) Kualitas produk sesuai standar yang diinginkan
3	Kualitas Pelayanan (X1): kecepatan, keramahan, ketanggapan, akurasi pesanan, kemudahan transaksi	(1) Saya merasa puas terhadap pelayanan secara keseluruhan; (2) Saya merasa puas dengan pelayanan dan produk; (3) Saya merasa puas dengan daya tanggap penjual; (4) Pengelola terbuka terhadap masukan konsumen; (5) Saya jarang mengalami keterlambatan saat memesan

2.3. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y secara parsial maupun simultan [6], dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots (2)$$

di mana Y adalah kepuasan konsumen, a adalah konstanta, b_1, b_2, b_3 adalah koefisien regresi masing-masing variabel, dan e adalah error. Sebelum pengujian regresi, dilakukan uji validitas (r -hitung $>$ r -tabel, sig. 5%) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha $>$ 0,6) [5]. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (sig. $>$ 0,05), multikolinearitas (VIF $<$ 10, tolerance $>$ 0,1), dan heteroskedastisitas (sig. variabel bebas $>$ 0,05). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-t parsial dan uji-F simultan pada taraf signifikansi 5%.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Foodcourt Baseball Kampus Universitas Negeri Surabaya Ketintang. Populasi yang digunakan adalah para pelanggan mahasiswa aktif yang melakukan pembelian di Foodcourt Baseball Kampus Universitas Negeri Surabaya Ketintang dengan penyebaran kuisioner secara online (gform). Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Berdasarkan metode pengambilan sampel ini maka digunakan rumus MOE yang diperoleh sebanyak 105 responden yang digunakan sebagai sampel dari penelitian ini.

3.2 Deskripsi Responden

Berikut ini adalah deskripsi mengenai identitas responden penelitian yang terdiri dari nama, asal jurusan, angkatan dan kelamin:

Tabel 3 Data Profil Responden

Keterangan	Tabel	Presentase
Jumlah sampel:	105	105%
Angkatan:		
2020	20	20
2021	32	32
2022	23	23
2023	20	20
2024	10	10
Jenis Kelamin:		
Pria	26	26
Wanita	79	79

Tabel diatas menunjukkan angkatan 2020 sebanyak 20 pelanggan (20%), angkatan 2021 sebanyak 32 pelanggan (32%), angkatan 2022 sebanyak 23 pelanggan (23%), angkatan 2023 sebanyak 20 pelanggan (20%), angkatan 2024 sebanyak 10 pelanggan (10%). Sebanyak 26 pelanggan atau 26% responden didominasi oleh jenis kelamin pria. Sisanya sebanyak 79 pelanggan atau 79% responden didominasi oleh jenis kelamin wanita.

3.3 Analisis Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini, untuk menyederhanakan variabel penelitian, bahwa perlu menggunakan karakter tertentu yang mengarahkan nilai bagian angket yang diterima oleh responden. Penggunaan skors bagian ini dipakai sesuai dengan 5 bagian skors dalam skala likert dan bobot nilai terendah yakni:

Tabel 4 Kriteria analisis Deskriptif

Skala data	Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
2	1,80 – 2,59	Tidak Setuju
3	2,60 – 3,39	Kurang Setuju
4	3,40 – 4,19	Setuju
5	4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Tabel 5 Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Harga

No	Pernyataan	Skala likert					Rata-rata per item	ket
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa puas dengan harga yang diberikan oleh penjual	1	4	12	55	33	4,10	Setuju
2	Harga yang diberikan apakah sebanding dengan kualitas makanan	0	1	9	25	70	4,56	Sangat Setuju
3	Harga yang diberikan sepadan dengan kualitas produk	1	2	10	72	20	4,02	Setuju
4	Saya pernah mengalami kenaikan harga yang signifikan dan mempengaruhi persepsi saya terhadap produk tersebut	0	3	0	55	47	4,39	Sangat Setuju
5	Saya merasa terbantu dengan adanya pembayaran non tunai	0	2	12	41	50	4,32	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel harga yaitu 4,56 dengan rata-rata hasil dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Harga yang diberikan apakah sebanding dengan kualitas makanan”. Yakni dengan nilai rata-rata 4,02 terendah responden ditunjukkan pada item pernyataan “Harga yang diberikan sepadan dengan kualitas produk”. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel harga secara umum memberikan penilaian sangat baik terhadap harga yang diberikan sebanding dengan kualitas makanan yang diberikan.

Tabel 6 Hasil Pernyataan Variable Makanan

No	Pernyataan	Skala likert					Rata-rata per item	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa puas dengan kualitas makanan di foodcourt baseball unesa	0	2	20	43	40	4,15	Setuju
2	Saya merasa puas dengan penyediaan tempat makan di foodcourt baseball unesa	0	6	30	42	27	3,85	Setuju
3	Saya pernah mengalami masalah pada produk yang saya terima	3	7	25	32	38	3,90	Setuju
4	Ketersediaan produk selalu memenuhi harapan saya	0	3	25	65	15	3,96	Setuju
5	Kualitas produk atau penyediaan tempat makan telah sesuai dengan standar kualitas yang saya inginkan	4	5	30	26	40	3,88	Setuju

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel kualitas yaitu 4,15 dengan rata-rata hasil dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Saya merasa puas dengan kualitas makanan di foodcourt baseball unesa”. Yakni dengan nilai rata-rata 3,85 terendah responden ditunjukkan pada item pernyataan “Saya merasa puas dengan penyediaan tempat makan di foodcourt baseball unesa”. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel kualitas secara umum memberikan penilaian sangat baik terhadap kualitas yang diberikan kepada pelanggan.

Tabel 6 Hasil Pernyataan Variable Pelayanan

No	Pernyataan	Skala likert					Rata-rata per item	ket
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa puas terhadap pelayanan di foodcourt	0	4	15	66	20	3,97	Setuju
2	Saya merasa puas dengann kualitas produk di foodcourt	0	0	25	32	48	4,21	Sangat Setuju
3	Saya merasa puas dengan daya tanggap penjual makanan di foodcourt	1	2	14	38	50	4,27	Sangat Setuju
4	Pihak pengelola foodcourt terbuka terhadap masukan dan saran tentang pelayanan konsumen	0	3	25	42	35	4,03	Setuju
5	Saya jarang mengalami keterlambatan atau waktu yang lama saat memesan makanan	5	7	20	35	38	3,89	Setuju

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel pelayanan yaitu 4,27 dengan rata-rata hasil dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Saya merasa puas dengan daya tanggap penjual makanan di foodcourt”. Yakni dengan nilai rata-rata 3,89 terendah responden ditunjukkan pada item pernyataan “Saya jarang mengalami keterlambatan atau waktu yang lama saat memesan makanan”. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel pelayanan secara umum memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

3.4 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dan dijadikan data oleh penguji. Jadi, validitas merupakan untuk menggambarkan apakah terdapat kesesuaian sebuah kuesioner dengan apa yang akan diukur. Uji Validitas menggunakan SPSS versi 25. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut tidak valid.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas

Pernyataan				
Harga	R hitung	R tabel	Sig (2 tailed)	
H.1	0,772	0,187	0,000	VALID
H.2	0,808	0,187	0,000	
H.3	0,519	0,187	0,000	
H.4	0,815	0,187	0,000	
H.5	0,749	0,187	0,000	
Kualitas produk				
K.1	0,711	0,187	0,000	VALID
K.2	0,797	0,187	0,000	
K.3	0,610	0,187	0,000	
K.4	0,780	0,187	0,000	
K.5	0,762	0,187		
Pelayan				
P.1	0,768	0,187	0,000	VALID
P.2	0,751	0,187	0,000	
P.3	0,802	0,187	0,000	
P.4	0,771	0,187	0,000	
P.5	0,0796	0,187	0,000	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan mengenai pelayanan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel (0.187) sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan kuesioner tersebut valid dan layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika pertanyaan pada kuesioner dijawab secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi, reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji Reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

1. Apabila hasil koefisien Alpha $>$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha $<$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Syarat	Keterangan
Harga	0.721	$>$ 0.60	Reliabel
Kualitas	0.762		Reliabel
Pelayanan	0.830		Reliabel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas dan pelayanan telah dinyatakan reliabel karena memiliki nilai alpha cronbach diatas 0.60 yakni harga sebesar 0.721, kualitas sebesar 0.762 dan pelayanan sebesar 0.830.

3.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah distribusi data normal atau mendekati normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas menggunakan SPSS versi 21. Jika tingkat signifikansi probabilitas > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data distribusi normal. Jika tingkat signifikansi probabilitas < 0,05 maka dapat diartikan bahwa data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

a. Kolmogorov-Smirnov

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov suatu data berdistribusi normal jika nilai signifikan atau Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi normal, maka hasil uji statistika akan mengalami penurunan. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 9 Uji Kolmogorov-Smirnov

Keterangan	Unstandardized Residual	
N	110	
Normal Parameters a,b	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,52526710
Most Extreme Differences	Absolute	0,074
	Positive	0,057
	Negative	-0,074
Test Statistic	0,074	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,177 c	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

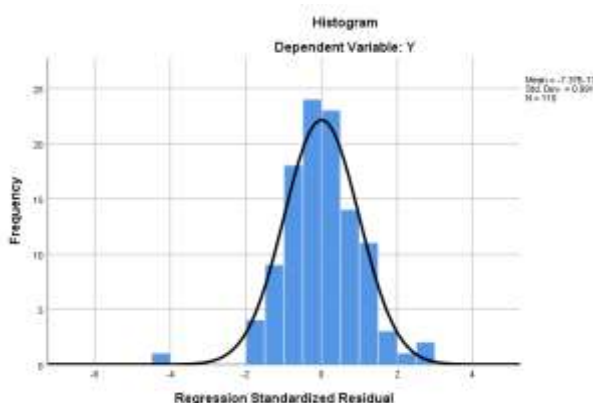
Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai signifikan atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,177. Nilai tersebut memenuhi ketentuan untuk menyatakan kenormalan data, yaitu signifikan atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,177 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi dengan normal.

b. Grafik Histogram

Cara lain untuk membuktikan apakah data berdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat grafik histogram. Suatu data berdistribusi dengan normal jika gambar grafik histogram membentuk pola seperti lonceng dan tidak terlalu condong ke kiri dan ke kanan. Apabila pola pada grafik histogram terlalu condong ke kiri atau ke kanan, maka data tidak berdistribusi dengan normal. Berikut adalah gambar dari grafik histogram pada penelitian ini.

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik histogram membentuk pola seperti lonceng dan tidak terlalu condong ke kiri dan ke kanan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

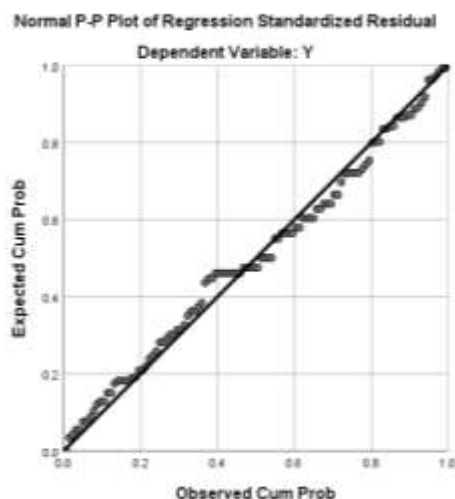
Gambar 1 Grafik Histogram



c. Grafik P-Plot

Selain itu, untuk membuktikan apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan melihat grafik P-Plot. Suatu data berdistribusi dengan normal jika titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berikut adalah gambar dari grafik P-Plot pada penelitian ini.

Gambar 2 Grafik P-Plot



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Grafik tersebut menunjukkan pola berdistribusi secara normal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen dalam suatu model. Multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (Tolerance) dan VIF (Variance Inflation Factor) dari masing-masing variabel. Suatu data dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas jika nilai TOL (Tolerance) > 0,10 dan jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10,00. Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinieritas yaitu.

Tabel 10 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	6,954	1,555		4,471	0,000		
	X1	0,403	0,086	0,399	4,700	0,000	0,752	1,331
	X2	0,250	0,060	0,350	4,126	0,000	0,752	1,331

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk variabel Harga (X1) adalah sebesar 0.752 > 0.10 dan nilai VIF nya 1.331 < 10.00, kemudian nilai tolerance pada variabel Kualitas (X2) adalah sebesar 0.752 > 0.10 dan nilai VIF nya 1.331 < 10.00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolonearitas dalam model regresi antar variabel independen.

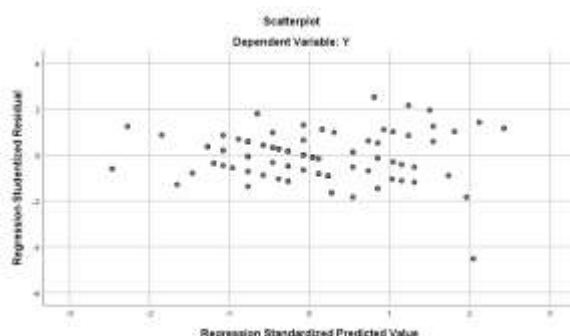
3. Uji Heteroskedastisitas

a. Scatterplot

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat jika titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak adanya pola yang jelas, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dari penelitian yang dilakukan

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak adanya pola yang jelas, sehingga dapat dilihat bahwa data tersebar secara acak. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi pada penelitian ini.

Gambar 3 Uji Scatterplot



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak adanya pola yang jelas, sehingga dapat dilihat bahwa data tersebar secara acak. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi pada penelitian ini.

b. Glejser

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi terhadap nilai absolut yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian dengan metode glejser dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11 Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,906	0,966		-3,009	0,003
	X1	0,147	0,053	0,285	2,763	0,067
	X2	0,052	0,038	0,144	1,395	0,166

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada variabel Harga (X1) sebesar 0,067 > 0,05, dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas (X2) sebesar 0,166 > 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6 Regresi Linier Berganda

Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan antara kedua variabel disebut analisis regresi linier berganda (Linear multiple regression)

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat ditulis model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4.408 + 0,300 + 0,497$$

Tabel 12 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,408	1,289		3,420	0,001
	Harga	0,300	0,082	0,299	3,662	0,000
	Kualitas	0,497	0,075	0,539	6,608	0,000

a. Dependent Variable: Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa:

Nilai a sebesar 4.408 merupakan konstanta atau keadaan saat variable pelayanan belum dipengaruhi oleh variable lainnya yaitu variable harga (x1) dan kualitas (X2). Jika variable independen tidak ada maka variabel pelayanan konsumen tidak mengalami perubahan

B1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0,300 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap pelayanan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan mempengaruhi pelayanan sebesar 0,300 dengan asumsi bawa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B2 (nilai koefisien regresi x2) sebesar 0,497 menunjukkan bahwa variabel kualitas mempunyai pengaruh positif terhadap pelayanan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan mempengaruhi pelayanan sebesar 0,497 dengan asumsi bawa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.7 Koefisien Determinasi

Nilai R² mempunyai interval antara 0 sampai 1. Semakin besar R² (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independent secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sulaiman, 2017). Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk menentukan besarnya pengaruh harga, pelayanan dan kualitas terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Foodcourt Baseball Unesa Ketintang.

Tabel 13 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,767 a	0,589	0,581	1,985

a. Predictors: (Constant), kualitas, harga

Berdasarkan hasil tabel pengujian menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa R square 0,589 atau 58,9% pengaruh variabel harga dan kualitas terhadap pelayanan sebesar 0,589 atau 58,9%

3.8 Uji Hipotesis

a. Uji T

Pengambilan keputusan pada uji T, yaitu: Jika thitung > ttable dan nilai signifikan < 0,05, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabe independen terhadap variabel dependen. Jika thitung < ttable dan nilai signifikan > 0,05, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ttable dalam penelitian ini adalah 1.982. Berikut ini adalah hasil dari uji parsial.

Tabel 14 Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,954	1,555		4,471	0,000
	X1	0,403	0,086	0,399	4,700	0,000
	X2	0,250	0,060	0,350	4,126	0,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan spss di atas dapat dilihat bahwa:

a. Nilai thitung pada variabel Harga (X1) sebesar 4.700 dan nilai ttable sebesar 1,982, sehingga thitung > ttable (4.700 > 1,982), dan Sig < 0,05 (0,000 < 0,05) dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,403. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelayanan (Y).

b. Nilai thitung pada variabel Kualitas (X2) sebesar 4.126 dan nilai ttable sebesar 1,982, sehingga thitung > ttable (4.126 > 1,982), dan Sig < 0,05 (0,000 < 0,05) dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,250. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelayanan (Y).

b. Uji f

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan atau simultan variabel independen yaitu Harga (X1), dan Kualitas (X2), terhadap variabel dependen yaitu Pelayanan (Y). Kriteria pengambilan keputusan uji F, yaitu: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, jadi H_0 ditolak. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, jadi H_0 diterima.

Tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Nilai F_{hitung} dalam penelitian ini adalah 3,09.

Tabel 15 Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184,318	2	92,159	38,887	0,000 b
	Residual	253,582	107	2,370		
Total		437,900	109			

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 38,887 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 yang berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,887 > 3,09$), dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga (X1), dan Kualitas (X2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu Pelayanan (Y).

3.9 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen mahasiswa terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga produk di Foodcourt Baseball di kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan data responden yang telah diperoleh peneliti, ditemukan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 79 responden dengan tingkat presentase sebesar 79% sedangkan responden laki-laki sebanyak 26 responden dengan presentase sebesar 26%. Responden penelitian ini juga didominasi oleh mahasiswa angkatan 2021 sebanyak 32 responden dengan presentase sebesar 32%, kemudian mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 23 responden dengan presentase 23%.

1. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di Foodcourt Baseball di kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya

Menurut Simamora (2016) harga adalah jumlah uang yang di bebaskan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa nilai F_{hitung} pada variabel Harga (X1) sebesar 4,700 dan nilai F_{tabel} sebesar 1,982, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,700 > 1,982$), dan $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,403. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelayanan (Y), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,497 yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tombeng (2019) yang memperoleh hasil bahwa variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sangat besar, ketika konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan di Foodcourt Baseball di kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka maka konsumen akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden dalam penelitian ini ditemukan bahwa total rata-rata pada variabel harga yaitu 4,56 dengan rata-rata hasil dari responden ditunjukkan pada item pernyataan "Harga yang diberikan apakah sebanding dengan kualitas makanan". Yakni dengan nilai rata-rata 4,02 terendah responden ditunjukkan pada item pernyataan "Harga yang diberikan sepadan dengan kualitas produk". Sehingga dapat

disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel harga secara umum memberikan penilaian sangat baik terhadap harga yang diberikan sebanding dengan kualitas makanan yang diberikan. Artinya, ketika harga yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan sebanding maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Konsumen juga akan merasa puas ketika harga yang ditawarkan oleh Foodcourt Baseball di Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya sudah sesuai dengan keinginan dan kepuasan mereka. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Simamora (2016) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

2. Pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di Foodcourt Baseball di kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Kualitas layanan adalah setiap tindakan/kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak lain, biasanya tidak terwujud (kotler 2009:386) Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja performance, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga perceived quality kesan produk (Kotler 2009:362).

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa nilai thitung pada variabel Kualitas (X₂) sebesar 4.126 dan nilai ttabel sebesar 1,982, sehingga thitung > ttabel (4.126 > 1,982), dan Sig < 0,05 (0,000 < 0,05) dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,250. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas (X₂) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelayanan (Y), maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0.497 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel kualitas, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dilakukan oleh Foodcourt Baseball di Universitas Negeri Semarang, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangestu (2016). Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 0,942 atau 94,2%. Artinya, ketika kualitas pelayanan maupun kualitas produk Foodcourt Baseball di kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya mengalami peningkatan maka konsumen juga akan merasakan kepuasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian terbukti. Hal ini berdasarkan distribusi hasil jawaban dari 105 responden yang memberikan penilaian yang positif dan menyetujui butir-butir pernyataan pada masing-masing indikator yang diajukan. Total rata-rata pada variabel pelayanan yaitu 4,27 dengan rata-rata hasil dari responden ditunjukkan pada item pernyataan "Saya merasa puas dengan daya tanggap penjual makanan di foodcourt". Yakni dengan nilai rata-rata 3,89 terendah responden ditunjukkan pada item pernyataan "Saya jarang mengalami keterlambatan atau waktu yang lama saat memesan makanan". Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel pelayanan secara umum memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Hasil tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Mowen dan Minor (20018) yang menyatakan bahwa kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

4. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di Foodcourt Baseball Unesa Ketintang. Harga menjadi variabel dengan rata-rata penilaian tertinggi (4,28) di mana 79% responden menilai

harga yang ditawarkan sudah sebanding dengan kualitas yang diterima, meskipun sebagian kecil masih mencatat sensitivitas terhadap kenaikan harga pada menu tertentu. Kualitas makanan memperoleh rata-rata skor 3,95 dengan tingkat kepuasan yang baik pada aspek rasa dan kebersihan, namun terdapat indikasi ketidakkonsistenan kualitas terutama pada jam-jam sibuk yang tercermin dari 30% responden yang pernah mengalami masalah pada produk yang diterima. Kualitas pelayanan memperoleh rata-rata skor 4,07 dengan daya tanggap penjual sebagai aspek terkuat (4,27), sementara kecepatan layanan menjadi aspek yang paling perlu ditingkatkan (3,89), mengindikasikan penurunan performa pada periode waktu makan siang. Secara simultan, ketiga variabel mampu menjelaskan 58,9% variasi kepuasan konsumen ($R^2 = 0,589$), yang berarti 41,1% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini berimplikasi praktis bagi pengelola Foodcourt Baseball Unesa Ketintang untuk memprioritaskan standardisasi kualitas produk dan peningkatan kapasitas layanan pada jam sibuk sebagai strategi utama peningkatan kepuasan konsumen. Penerapan sistem pembayaran nontunai dan mekanisme umpan balik konsumen secara berkala juga berpotensi memperkuat loyalitas mahasiswa sebagai segmen konsumen utama. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel fasilitas, kenyamanan tempat, dan variasi menu sebagai prediktor tambahan guna memperoleh model kepuasan konsumen yang lebih komprehensif di lingkungan foodcourt kampus.

Referensi

- [1] Affde, "Pertanyaan Survei Kepuasan Pelanggan yang Perlu Diajukan," *affde.com*, Jun. 2021. [Online]. Available: <https://www.affde.com/id/20-of-the-best-customer-survey-questions-you-should-be-asking.html>
- [2] S. Afridola, "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffe Town Bakery di Kota Batam," *Jurnal EMBA*, vol. 3, no. 5, pp. 2020–2033, 2020.
- [3] M. Albesta, "Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk UPNormal Kota Malang," *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 6, no. 2, pp. 12–27, 2021.
- [4] F. Amir, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi di Makassar," Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2012. [Online]. Available: <http://repository.unhas.ac.id/eprint/8749>
- [5] A. Firmansyah, "Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo," Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.
- [6] H. Mustari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep," *Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 1, no. 2, pp. 36–42, 2021.
- [7] M. Riadi, "Kepuasan Konsumen," *kajianpustaka.com*, Jan. 2021. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html>
- [8] W. Rinawati, "Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Layanan," *Jurnal Gizi dan Pangan*, pp. 124–127, 2008.
- [9] G. Thabroni, "Kepuasan Pelanggan," *serupa.id*, Okt. 2022. [Online]. Available: <https://serupa.id/kepuasan-pelanggan-customer-satisfaction-pengertian-manfaat-dimensi-dsb/>
- [10] A. Wulansari, "Penyelenggaraan Makanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen: Food Service and the Customer Satisfaction in the Cafeteria Zea Mays," *Jurnal Gizi dan Pangan*, p. 152, 2013.
- [11] H. Zarkasih, "Kepuasan Pengunjung (Bab II)," Laporan tidak diterbitkan, p. 12, 2022.
- [12] B. Tombeng, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 7, no. 3, pp. 3302–3311, 2019. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24208>
- [13] A. Y. Pangestu, "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat," Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2016.
- [14] L. Tussifa, "Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Yogyakarta," *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 45–58, 2022. <https://doi.org/10.18196/jmb.v9i2.14321>
- [15] P. Ronaitawati, "Analisis Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Esa Unggul," *Jurnal Ilmu Gizi*, vol. 7, no. 1, pp. 22–30, 2016.
- [16] R. Gunawan, "Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen pada Restaurant Kopilao Puncak Bogor," *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 89–97, 2020. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2187>
- [17] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [18] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- [19] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.