



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 3933-3945

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Produk Sop Bang Oya Di PKL Kedungdoro Surabaya

Tamara Indriani<sup>1✉</sup>, Nugrahani Astuti<sup>2</sup>, Mein Kharnolis<sup>3</sup>, Mauren Gita Miranti<sup>4</sup>

UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Email: [tamara.19074@mhs.unesa.ac.id](mailto:tamara.19074@mhs.unesa.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk makanan Sop Bang Oya yang berada di PKL Kedungdoro Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Sop Bang Oya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket terbuka dan tertutup. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Sop Bang Oya merasa puas dengan capaian skor rata – rata 84 (76%). Angka tersebut berada pada rentang 61% - 80% yang tergolong puas. Kualitas produk juga menunjukkan pengaruh secara persial terhadap kepuasan pelanggan, besar pengaruhnya diketahui dengan t hitung (2.122) > t tabel (1.982). maka H0 di tolak dan H1 diterima, artinya secara persial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sop Bang Oya di PKL Kedungdoro Surabaya.

Kata kunci: *Kepuasan pelanggan; Kualitas produk; Sop Bang Oya; PKL Kedungdoro Surabaya*

## Abstract

The purpose of this study was to determine customer satisfaction with the quality of Sop Bang Oya food products located at Kedungdoro street vendors in Surabaya. This study uses descriptive quantitative and descriptive qualitative research. The population in this study were Sop Bang Oya customers. The sample in this study were 110 people. Data collection techniques using open and closed questionnaires. The analysis used is descriptive qualitative and descriptive quantitative analysis. The results showed that Sop Bang Oya customers were satisfied with the achievement of an average score of 84 (76%). This figure is in the range of 61% - 80% which is classified as satisfied. Product quality also shows a persial influence on customer satisfaction, the magnitude of the influence is known by t count (2.122) > t table (1.982). then H0 is rejected and H1 is accepted, meaning that persially product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of Sop Bang Oya at PKL Kedungdoro Surabaya.

**Keywords:** Customer satisfaction; Product quality; Sop Bang Oya; PKL Kedungdoro Surabaya

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan suatu aktivitas pelayanan pemesanan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan setiap manusia. Bidang usaha ini banyak dicari masyarakat luas dan memiliki peluang usaha yang cukup bagus dilihat dari potensi, prospek, perkembangan dan merupakan jasa pembawa kesuksesan. Peraturan Presiden Nomor 72 Badan Ekonomi Kreatif, ada 16 jenis industri yang masuk dalam kategori ekonomi salah satunya bisnis kuliner. Bisnis kuliner adalah bisnis yang memiliki perkembangan yang sangat pesat, termasuk di Indonesia khususnya di Surabaya. Usaha ini selalu ada di setiap sudut lokasi mulai dari yang kecil hingga yang besar dan mewah seperti Restoran, Cafe, *Booth*, *Counter* hingga Pedagang Kaki Lima (PKL).

Pedagang kaki lima bersumber dari jumlah kaki gerobak pedagang ditambah dengan jumlah kaki pedagangnya, sehingga jumlahnya lima kaki. Maka disebutlah pedagang kaki lima atau PKL (Permadi dalam Bastiana, 2019). Mc. Gee dan Yeung (1977) dalam penelitian Yuliasari (2016) memberikan pengertian Pedagang Kaki Lima sama dengan *hawker*, yaitu sekelompok orang yang menawarkan produk atau jasa untuk dijual ke pelanggan di ruang publik, terutama pada pinggir jalan. Pedagang kaki lima merupakan kelompok tenaga kerja yang bekerja di sektor informal yang menjajakan dagangan di ruang publik untuk kepentingan umum, pedagang kaki lima biasanya berjualan di keramaian umum seperti trotoar atau sepanjang jalan dekat dengan pasar, pertokoan, gedung – gedung, taman, terminal dan tempat parkir.

Salah satu tempat berjualan pedagang kaki lima yang menjadi pusat tujuan dari wisata kuliner di Surabaya adalah area Kedugdoro. Pedagang yang berjualan di Kedungdoro sebanyak 45 pedagang, dari 45 pedagang terdapat lima pedagang Sop Kaki Kambing dan Sapi. Salah

satu penjual Sop Kaki Kambing dan Sapi yang tampak selalu ramai adalah Sop Bang Oya. Sop kaki kambing dan sapi merupakan makanan khas dari Betawi. Sop ini disajikan dengan kaldu yang gurih dan diperkaya dengan bumbu rempah, sop kambing dan sapi menggunakan bagian kepala (pipi, lidah, telinga, bibir, mata, dan otak) dan menggunakan bagian kaki kambing dan sapi (wikipedia, 2018). Sedangkan Sop Bang Oya memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menarik pelanggan untuk terus berdatangan.

Kualitas produk merupakan peranan penting dalam memutuskan pembelian, sehingga dapat diketahui bila kualitas produk meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga (Margareta dan Edwin, 2012). Kualitas produk yang baik dengan cita rasa yang khas akan memberikan ciri khas tersendiri untuk usaha Bang Oya. Usaha Sop Bang Oya memiliki ciri khas pada kuahnya yang menggunakan susu sebagai bahan utamanya dan juga rempah yang dapat memberikan rasa serta aroma yang khas ditambah dengan adanya pelengkap seperti emping, acar, sambal, tomat, bawang goreng, kecap dan daun bawang maka Sop kaki kambing dan sapi Bang Oya terasa lebih berkualitas. Bahan baku yang dipilih merupakan bahan yang terbaik, sehingga Sop Bang Oya menghasilkan olahan yang diharapkan pelanggan yaitu produk yang sesuai selera, hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan sebuah bisnis dan dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih baik (Tjiptono, 2015). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan (Daga, 2017:78). Dari penjelasan Tjiptono dan Daga maka dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor kepuasan pelanggan sangat penting dalam membangun bisnis kuliner. Sehingga, bisnis kuliner seharusnya mampu untuk menjaga kepuasan pelanggan. Keberadaan kepuasan pelanggan menjadi satu unsur yang mampu mendukung konsumen dalam membeli produk secara berkala atau berulang dan mampu menarik pelanggan baru.

Kualitas produk Sop Bang Oya dapat dilihat dari kepuasan pelanggan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti di Sop Bang Oya dengan kualitas yang diberikan, pelanggan merasa puas dengan capaian 85%. Dari hasil tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang kepuasan pelanggan pada kualitas Sop Bang Oya di PKL Kedungdoro Surabaya

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif dipilih karena data yang akan disajikan berbentuk penjabaran dan angka untuk menggambarkan hasil dari penelitian. Penelitian ini didukung dengan adanya data

kuantitatif dalam bentuk angka dan data kualitatif yang disajikan dalam bentuk penjabaran. Penelitian dilaksanakan di Sop Bang Oya yang terletak di PKL sepanjang jalan Kedungdoro Surabaya tepatnya di depan Bank Mega.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi yang menggunakan instrumen dalam bentuk Angket. Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Responden yang diambil adalah pelanggan yang membeli Sop Bang Oya lebih dari 2 kali.

Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan melakukan uji t, uji sensori dan menghitung nilai rata – rata kemudian hasil yang didapat akan dianalisis sebagai berikut (rata – rata) :

Tabel 1. Skala penilaian rata – rata

Skor Rata – rata	Kriteria
3,1 – 4,0	Sangat Puas
2,1 – 3,0	Puas
1,1 – 2,0	Tidak Puas
0,1 – 1,0	Sangat Tidak Pua

Hasil data metode kuantitatif di paparkan dalam bentuk tabel sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Untuk mendapatkan skor rata – rata menggunakan rumus

$$Me = \frac{\sum xi}{n}$$

Untuk uji sensori menggunakan rumus Persentase (%) = (jumlah skor/skor ideal) x 100%. Kemudian hasilnya diinterpretasikan menggunakan skala Riduwan.

Tabel 2. Kriteria interpretasi

No.	Persentase	Kriteria
1	0% - 20%	Sangat Tidak Puas
2	21% - 40%	Tidak Puas
3	41% - 60%	Cukup Puas
4	61% - 80%	Puas
5	81% - 100%	Sangat Puas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

### 1) Hasil Analisis Kualitas Produk

#### a) Indikator Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama dalam sebuah produk. Kinerja terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 100% pada rentang 44% puas dan 56% sangat puas. Lebih jelas data kinerja ditampilkan pada Tabel 3

Tabel 3. Hasil jawaban responden terhadap Kinerja

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	62	56%
2,1 - 3,0	Puas	48	44%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	0	0%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		110	100%

Tabel 3 pada Indikator pertama dalam kualitas produk yaitu kinerja, menunjukkan sebanyak 62 orang (56%) yang ditetapkan menjadi responden menjawab sangat puas dan 48 orang (44%) menjawab puas pada pernyataan yang di berikan. Dari adanya data tersebut pelanggan merasa puas dikarenakan Sop Bang Oya sebagai makanan utama sudah memenuhi kebutuhan makan malam dan dapat mengganti fungsi makan malam.

b) Indikator Fitur (*Features*)

Fitur merupakan tambahan untuk melengkapi manfaat produk. Fitur terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 100% pada rentang 28% puas dan 72% sangat puas. Lebih jelas data fitur ditampilkan pada Tabel 4

Tabel 4. Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Fitur

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	79	72%
2,1 - 3,0	Puas	31	28%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	0	0%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		<b>110</b>	<b>100%</b>

Tabel 4. pada Indikator kedua dalam kualitas produk yaitu fitur, menunjukkan sebanyak 79 responden (72%) menjawab sangat puas dan 31 responden (28%) menjawab puas. Dari data tersebut pelanggan sangat menyukai pelengkap yang disediakan oleh Sop Bang Oya dan dengan adanya pelengkap tersebut Sop menjadi lebih berkualitas.

c) Indikator Reliabilitas (*Reliability*)

Reliabilitas merupakan suatu produk yang akan mengalami kemungkinan kerusakan atau gagal pakai. Reliabilitas terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 100% pada rentang 39% puas dan 61% sangat puas. Lebih jelas data reliabilitas ditampilkan pada Tabel 5

Tabel 5 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Reliabilitas

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	67	61%
2,1 - 3,0	Puas	43	39%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	0	0%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		<b>110</b>	<b>100%</b>

Tabel 5 pada Indikator ketiga dalam kualitas produk yaitu reliabilitas, menunjukkan sebanyak 67 responden (61%) menjawab sangat puas dan 43 responden (39%) menjawab puas. Dari data tersebut pelanggan merasa puas dikarenakan kualitas produk Sop Bang Oya dari waktu ke waktu tidak mengalami penurunan dan masih memiliki keterandalan yang baik. Namun, ada kritik dari pelanggan yaitu jika kambing dan sapi di campur rasa pada produk kurang lezat dan juga saran dari pelanggan untuk tetap menjaga kualitas produknya terutama pada bahan bakunya agar tidak kalah dengan pesaing lainnya.

d) Indikator kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*)

*Conformance to specifications* merupakan karakteristik sebuah produk untuk memenuhi standar tertentu dari pelanggan. *Conformance to specifications* terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 100% pada rentang 25% puas dan 75% sangat puas. Lebih jelas data *conformance to specifications* ditampilkan pada Tabel 6

Tabel 6 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	82	75%
2,1 - 3,0	Puas	28	25%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	0	0%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Total	110	100%

Tabel 6 pada Indikator ke empat dalam kualitas produk yaitu kesesuaian dengan spesifikasi, menunjukkan sebesar 82 responden (75%) menjawab sangat puas dan 28 responden (25%) menjawab puas. Dari data tersebut pelanggan merasa puas dikarenakan karakteristik produk Sop Bang Oya sudah memenuhi standar tertentu dari pelanggan sehingga tidak ditemukannya cacat pada produk. Namun dibalik pelanggan yang merasa puas ada juga kritik dan saran berupa potongan tomat yang terlalu besar, porsi Sop yang sedikit, dan perbandingan kuah dengan isi tidak pas karena beberapa pelanggan lebih suka jika kuah lebih banyak.

e) Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan merupakan ketahanan suatu produk yang dapat diukur dari berapa lama produk dapat bertahan. Daya tahan terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 98% pada rentang 64% puas dan 34% sangat puas, sisanya yaitu 2% menyatakan tidak puas. Lebih jelas data daya tahan ditampilkan pada Tabel 7

Tabel 7 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Daya Tahan

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	38	34%
2,1 - 3,0	Puas	70	64%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	2	2%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Total	110	100%

Tabel 7 pada Indikator ke lima dalam kualitas produk yaitu daya tahan, menunjukkan sebanyak 38 responden (34%) menjawab sangat puas dan 70 responden (64%) menjawab puas, dari data tersebut dapat dikatakan bahwa ketahanan produk makanan Sop Bang Oya cukup awet. Sehingga pelanggan yang berkunjung dan ingin membawa pulang Sop tidak takut akan rusak. Namun dari beberapa responden yang merasa puas terdapat 2 responden (2%) merasa tidak puas, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak tahu teknik penyimpanan atau pemanasan ulang pada makanan, sehingga kuah pada Sop pecah dan mengubah rasa, aroma, serta tampilan.

f) Pelayanan (*Serviceability*)

Pelayanan meliputi kecepatan, kenyamanan, kemudahan dan penanganan keluhan secara memuaskan. Pelayanan terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 97% pada rentang 45% puas dan 52% sangat puas, sisanya yaitu 3% menyatakan tidak puas. Lebih jelas data pelayanan ditampilkan pada Tabel 8

Tabel 8 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Pelayanan

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	57	52%
2,1 - 3,0	Puas	50	45%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	3	3%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		110	100%

Tabel 8 pada Indikator ke enam dalam kualitas produk yaitu pelayanan, menunjukkan sebanyak 57 responden (52%) menjawab sangat puas, 50 responden (45%) menjawab puas. Dari data tersebut pelanggan merasa puas dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh pegawai Sop Bang Oya mulai dari pelanggan sampai di tempat, saat melakukan pemesanan hingga selesai pelayanan pegawai masih tetap baik. Namun, terdapat 3 responden (3%) menjawab tidak puas hal tersebut dikarenakan pegawai masih kurang sigap dalam menangani dan merespon keluhan serta sebabkan oleh tempat yang disediakan kurang bersih dan tidak nyaman. Ada beberapa kritik dan saran dari pelanggan untuk memperluas tempat dengan membuka kedai di tempat yang lebih baik dan lebih luas sehingga pelanggan merasa nyaman, pelanggan juga menginginkan agar Sop Bang Oya bisa membuka cabang.

g) Estetika (*Esthetics*)

Estetika merupakan tampilan yang dapat dilihat dari panca indra seperti aroma, bentuk, rasa, dan penyajian. Estetika terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 100% pada rentang 40% puas dan 60% sangat puas. Lebih jelas data estetika ditampilkan pada Tabel 9

Tabel 9 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Estetika

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	66	60%
2,1 - 3,0	Puas	44	40%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	0	0%
0,1 - 1,0	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		110	100%

Tabel 9 pada Indikator ke tujuh dalam kualitas produk yaitu estetika, menunjukkan sebanyak 66 responden (60%) menjawab sangat puas dan 44 responden (40%) menjawab puas. Artinya, responden menyetujui bahwa tampilan Sop yang disajikan memberikan kesan lezat yang baik dan dapat menambah selera makan. Namun dibalik pelanggan yang

merasa puas ada juga kritik dan saran untuk tetap mempertahankan rasa, penampilan, bentuk, aroma serta penyajian Sop.

h) Kesan Kualitas (*Perceived Quality*)

Kesan kualitas merupakan komponen dari nama merek, harga, reputasi perusahaan, iklan, maupun negara pembuatnya. Kesan kualitas terkait kualitas produk Sop Bang Oya mencapai kepuasan 97% pada rentang 33% puas dan 64% sangat puas, sisanya yaitu 3% menyatakan tidak puas. Lebih jelas data kesan kualitas ditampilkan pada Tabel 10

Tabel 10 Hasil Jawaban responden terhadap Indikator Kesan Kualitas

Skor Rata2	Kriteria	Frekuensi	%
3,1 - 4,0	Sangat Puas	70	64%
2,1 - 3,0	Puas	37	33%
1,1 - 2,0	Tidak Puas	3	3%
	Sangat Tidak Puas		
0,1 - 1,0	Puas	0	0%
	Total	110	100%

Tabel 10 pada Indikator ke delapan dalam kualitas produk yaitu kesan kualitas, menunjukkan sebanyak 70 atau sekitar 64% menyatakan sangat puas dan responden yang menjawab puas sebanyak 37 atau sekitar 33%. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa puas karena harga sudah sesuai dengan kualitas dan porsi yang diberikan, serta nama merek Sop Bang Oya memberikan kesan mendalam sehingga pelanggan tidak mudah untuk berpaling ke pesaing. Dibalik banyaknya pelanggan yang merasa puas terdapat 3 responden (3%) merasa tidak puas, hal tersebut dipengaruhi oleh harga. Harga Sop Bang Oya terbilang sedikit lebih mahal dengan porsi yang sedikit. Kritik dan saran dari pelanggan untuk tetap menjaga nama merek, reputasi perusahaan dan harga yang diberikan harus sesuai standar, beberapa pelanggan juga memberikan saran agar harga yang diberikan tidak terlalu mahal.

2) Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

a) Membeli kembali (*Re-purchase*)

*Repurchase* terkait kepuasan pelanggan Sop Bang Oya mencapai 100% dengan menjawab "Ya". Lebih jelas data *repurchase* ditampilkan pada Tabel 11

Tabel 11 Hasil Jawaban *Repurchase*

Jawaban	Responden	%
Ya	110	100%
Tidak	0	0%
Total	110	100%

Tabel 11 tentang Kepuasan pelanggan pada indikator *repurchase* dengan pertanyaan 'Apakah Anda bersedia kembali lagi di lain waktu?' telah dijawab sebanyak 110 responden yang memilih 'Ya' atau sekitar 100%. Dari data tersebut pelanggan bersedia datang kembali dilain waktu dikarenakan produk Sop Bang Oya memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi

kebutuhan pelanggan. Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas karena Sop Bang Oya mampu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan kualitas yang baik.

b) *Word of Mouth*

*Word of mouth* terkait kepuasan pelanggan Sop Bang Oya mencapai 100% dengan menjawab "Ya". Lebih jelas data *word of mouth* ditampilkan pada Tabel 12

Tabel 12 Hasil Jawaban *Word of Mouth*

Jawaban	Responden	%
Ya	110	100%
Tidak	0	0%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator *word of mouth* dengan pertanyaan 'Apakah Anda akan merekomendasikan Sop Bang Oya pada orang lain?' telah dijawab sebanyak 110 responden yang memilih 'Ya' atau sekitar 100%. Dari data tersebut pelanggan bersedia merekomendasikan Sop Bang Oya dikarenakan pelanggan puas dengan kualitas produk yang diberikan sehingga rasa puas yang di dapatkan mampu untuk menciptakan *word of mouth* baik disengaja maupun tidak disengaja.

c) Menciptakan citra merek

Citra merek terkait kepuasan pelanggan Sop Bang Oya mencapai 89% dengan menjawab "Ya", selebihnya 11% menjawab "Tidak". Lebih jelas data citra merek ditampilkan pada Tabel 13

Tabel 13 Hasil Jawaban Citra Merek 1

Jawaban	Responden	%
Ya	98	89%
Tidak	12	11%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator menciptakan citra merek dengan pertanyaan 'Apakah merek Bang Oya memberikan kesan bagi Anda?' telah dijawab sebanyak 98 responden memilih 'Ya' atau sekitar 89%, pelanggan yang memilih 'ya' dikarenakan Sop Bang Oya memiliki ciri khas sehingga pelanggan mudah untuk mengenali produk dari Sop Bang Oya. Namun ada 12 responden memilih 'Tidak' atau sekitar 11% dikarenakan pelanggan merasa bahwa merek Sop Bang Oya tidak memiliki ciri khas pada produk sehingga pelanggan tidak memiliki kesan tersendiri.

Tabel 14 Hasil Jawaban Citra Merek 2

Jawaban	Responden	%
Ya	79	72%
Tidak	31	28%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator menciptakan citra merek dengan pertanyaan 'Jika nama merek Bang Oya diganti dengan merek lain, apakah Anda masih akan datang?' telah dijawab sebanyak 79 responden memilih 'Ya' atau sekitar 72% dikarenakan pelanggan lebih melihat rasa dan kualitas yang diberikan sehingga pelanggan merasa bahwa nama merek tidak begitu penting. Namun, terdapat 31 responden memilih 'Tidak' atau sekitar 28% dikarenakan nama merek sangat penting bagi pelanggan sehingga pada saat pelanggan membeli produk bisa tahu bahwa itu merupakan merek suatu perusahaan.

d) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama

Membeli produk lain terkait kepuasan pelanggan Sop Bang Oya mencapai 72% dengan menjawab "Ya" selebihnya 28% menjawab "tidak". Lebih jelas data membeli produk lain ditampilkan pada Tabel 15

Tabel 15 Hasil Jawaban Produk Lain 1

Jawaban	Responden	%
Ya	79	72%
Tidak	31	28%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator membeli produk lain dari perusahaan yang sama dengan pertanyaan 'Sop Bang Oya terdapat 2 jenis, apakah Anda sudah mencoba keduanya?' telah dijawab sebanyak 79 responden menjawab 'Ya' atau sekitar 72% dikarenakan pelanggan mencoba kedua produk jika salah satu produk memiliki rasa yang enak, maka beberapa pelanggan ingin tahu rasa pada produk yang lain. Namun, ada 31 responden menjawab 'Tidak' atau sekitar 28% dikarenakan pelanggan baru datang 3 kali atau lebih sehingga belum mau mencoba dan dikarenakan pelanggan memiliki penyakit yang tidak boleh makan kaki kambing/sapi.

Tabel 16 Hasil Jawaban Produk Lain 2

Jawaban	Responden	%
Ya	69	63%
Tidak	41	37%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator membeli produk lain dari perusahaan yang sama dengan pertanyaan 'Sop Bang Oya terdapat 2 jenis, dari 2 jenis produk tersebut apakah Anda menyukai keduanya?' telah dijawab sebanyak 69 responden menjawab 'Ya' atau sekitar 63% dikarenakan kualitas produk yang diberikan Sop Bang Oya sangat memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, ada 41 responden menjawab 'Tidak' atau sekitar 37% dikarenakan pelanggan yang sudah mencoba keduanya belum tentu suka keduanya dan dikarenakan beberapa pelanggan belum mencoba kedua produk Sop Bang Oya.

e) Menawarkan ide produk kepada pengusaha

Ide produk terkait kepuasan pelanggan Sop Bang Oya mencapai 77% dengan menjawab "Ya", selebihnya 23% dengan menjawab "Tidak". Lebih jelas data ide produk ditampilkan pada Tabel 17

Tabel 17 Hasil Jawaban Ide Produk

Jawaban	Responden	%
Ya	85	77%
Tidak	25	23%
Total	110	100%

Kepuasan pelanggan pada indikator menawarkan ide produk kepada pengusaha dengan pertanyaan 'Jika Anda diminta untuk memberikan kritik dan saran dari pengelola usaha Sop Bang Oya, apakah Anda bersedia?' telah dijawab sebanyak 85 responden menjawab 'Ya' atau sekitar 77% dikarenakan beberapa pelanggan merasa kurang puas terutama pada bagian pelayanan di mana kurangnya tempat duduk, sehingga pelanggan harus menunggu untuk mendapatkan tempat duduk. Adapun 25 responden menjawab 'Tidak' atau sekitar 23% dikarenakan bagi mereka Sop Bang Oya sudah memenuhi harapan pelanggan.

### 3) Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sampel yang digunakan sebanyak 110 orang dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 maka diperoleh T tabel sebesar 1,982. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.19

Tabel 5. Hasil uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	47.730	16.119		2.961	.004
	Kualitas_Produk	.394	.186	.200	2.122	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber : Diolah peneliti tahun 2023

Tabel 5 menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) mempunyai nilai t hitung sebesar 2.122 dan nilai sig 0,03. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai thitung > ttabel (2.122 > 1.982) dengan nilai sig < 0,05 (0,03 < 0,05). Sehingga hasil tersebut membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan atau dengan kata lain bahwa hipotesis dapat diterima.

## PEMBAHASAN

### 1) Kepuasan Pelanggan pada Kualitas Produk

Hasil dari pengolahan data tentang kepuasan pelanggan pada kualitas produk mencapai 84 (76%) yang tergolong puas, data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.27

Tabel 7. Hasil kepuasan pada kualitas produk

No.	Indikator	Kriteria			
		Sangat Tidak Pua	Tidak Pua	Puas	Sangat Pua
1	Kinerja	0 (0%)	0 (0%)	48 (44%)	62 (56%)
2	Fitur	0 (0%)	0 (0%)	31 (28%)	79 (72%)
3	Reliabilitas	0 (0%)	0 (0%)	43 (39%)	67 (61%)
4	Kesesuaian	0 (0%)	0 (0%)	28 (25%)	82 (75%)
5	Daya Tahan	0 (0%)	2 (2%)	70 (64%)	38 (34%)
6	pelayanan	0 (0%)	3 (3%)	50 (45%)	57 (52%)
7	Estetika	0 (0%)	0 (0%)	44 (40%)	66 (60%)
8	Kesan Kualitas	0 (0%)	3 (3%)	37 (33%)	70 (64%)
		Ya		Tidak	
9	Repurchase	110 (100%)		0 (0%)	
10	Word of Mouth	110 (100%)		0 (0%)	
11	Citra Merek1	98 (89%)		12 (11%)	
	Citra Merek2	79 (72%)		31 (28%)	
12	Produk Lain1	79 (72%)		31 (28%)	
	Produk Lain2	69 (63%)		41 (37%)	
13	Ide Produk	85 (77%)		25 (23%)	
Rata - Rata		84		76%	

Kualitas produk Sop Bang Oya sudah memenuhi kriteria kepuasan pelanggan dilihat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Sop Bang Oya merasa puas dengan capaian skor rata – rata 84 (76%). Angka tersebut berada pada rentang 61% - 80% yang tergolong puas. Hal tersebut juga ditandai dengan datang kembalinya pelanggan, membeli produk lain yang di produksi oleh Sop Bang Oya dan selalu merekomendasikan Sop Bang Oya kepada teman atau saudara terdekatnya, sehingga menciptakan citra merek Sop Bang Oya yang baik.

## 2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis satu (H1) dapat diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan di Sop Bang Oya. Pengaruh yang diberikan positif signifikan. Berdasarkan Tabel 4.19 diperoleh hasil yang signifikan yakni 0,03 atau dapat dikatakan lebih kecil dari 0,05 ( $0,03 < 0,05$ ) dan nilai thitung  $>$  ttabel ( $2.122 > 1982$ ). Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Nathaza G.W dan Singgih S., 2021) dimana memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan yang signifikan. Artinya, Kualitas Produk yang diberikan Sop Bang Oya sudah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

## SIMPULAN

Kepuasan pelanggan pada kualitas produk Sop Bang Oya di PKL Kedunggoro adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Sop Bang Oya merasa puas dengan capaian skor rata – rata 84 (76%). Angka tersebut berada pada rentang 61% - 80% yang tergolong puas. Sehingga pelanggan Sop Bang Oya puas dengan kualitas produk yang diberikan.
2. Hasil kualitas produk menunjukkan pengaruh secara persial, besar pengaruhnya diketahui dengan t hitung ( $2.122 >$  t tabel ( $1.982$ )). maka  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara persial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sop Bang Oya di PKL Kedunggoro Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., & Narbuko. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Qiara Media.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global RCI.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014). *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Margaretha, F., & Edwin, J. (2012). Analisis Pengaruh Food Quality and Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1*.
- McGee, T., & Y.M, Y. (1977). *Hawkers in Southeast Asian Cities: Planning for The Bazaar Economy*. Ottawa: International Development Research Center.
- Riduwan. (2019). *Dasar - Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Setyani, T., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia MotorsIndonesia (Pada PT. RADITA AUTOPRIMA). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 92 - 102.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tim Penyusun. (2014). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Yuliasari, I. (2016). Profil Pedagang Kaki Lima Dan Evaluasi Kebijakan Publik Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima. *SOSIO-E-KONS*, 81-90.