

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Warmindo Riverside Surakarta)

Oka Ardiya Putra^{1*}, Adcharina Pratiwi²

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta^{1,2}

*Email Korespondensi: okaardiya@gmail.com

Diterima: 05-04-2025 | Disetujui: 06-04-2025 | Diterbitkan: 07-04-2025

ABSTRACT

Warmindo Riverside Surakarta is one of the Indomie restaurants located at Jalan Popda No.10 Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Central Java. Founded by Siti Aminah in 2020, the place can be described as Instagrammable due to its elegant and aesthetic interior. This research aims to examine the significance of service quality, price quality, and promotion on customer satisfaction at Warmindo Riverside Surakarta. This study uses both qualitative and quantitative research methods. The data source used is primary data collection. The population in this study are all customers of Warmindo Riverside Surakarta, with an unknown exact population number. The sampling technique used is non-probability sampling (purposive sampling) with a sample size of 100 respondents. Data analysis uses multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R²). The results of the validity and reliability tests show that all statements regarding service quality, price, and promotion are declared valid because the p-value < 0.05 and reliable because Cronbach's alpha > 0.60. The results of the classical assumption test show that all variables have passed the multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity, and normality tests. The results of the multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = 4.517 + 0.148 X_1 + 0.533 X_2 + 0.319 X_3 + e$. The results of the t-test show that service quality (X₁) has a significant effect on customer satisfaction at Warmindo Riverside Surakarta, price (X₂) has a significant effect on customer satisfaction at Warmindo Riverside Surakarta, and promotion (X₃) has a significant effect on customer satisfaction at Warmindo Riverside Surakarta. The results of the F-test show that the regression model used in this study is appropriate. The results of the coefficient of determination (R²) test show that the independent variables contribute 40.6% to the dependent variable, while the remaining 59.4% is influenced by factors outside the variables studied.

Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Warmindo Riverseide Surakarta merupakan salah satu warung indomie yang berada di Jalan Popda No.10 Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Jawa Tengah. yang didirikan oleh Siti Aminah pada tahun 2020, Tempatnya bisa dikatakan instagramable karena memiliki interior yang elegan dan estetik. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, kualitas harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah dengan perolehan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Warmindo Riverside Surakarta, dimana jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling (purposive sampling) dan ditetapkan sampel sejumlah 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil uji validitas dan uji realibilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan mengenai kualitas pelayanan, harga, promosi dinyatakan valid karena $p\text{ value} < 0,05$ dan reliabel karena cronbach alpha $> 0,60$. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas berdistribusi normal. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 4,517 + 0,148 X_1 + 0,533 X_2 + 0,319 X_3 + e$. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta, harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta, promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta. Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian sudah tepat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar 40,6 %. sisanya 59,4% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel yang diteliti.

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

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ardiya Putra, O., & Pratiwi, . A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Warmindo Riverside Surakarta). PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 3349-3363. <https://doi.org/10.62710/8775gn26>

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha bisnis dalam era modern saat ini tumbuh semakin pesat, yang juga ditandai dengan tingkat persaingan antar pengusaha yang semakin tinggi dan ketat. Konsumen juga dituntut untuk semakin selektif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Keadaan tersebut menyebabkan pengusaha pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha dan menetapkan laba secara optimal serta memperkuat posisi dalam menghadapi usaha pesaing pelaksanaan strategi pemasaran sangatlah harus dipikirkan secara matang. Menyadari hal itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Gaya hidup masyarakat sekarang akan kebutuhan terhadap suatu produk seperti makanan dan minuman menjadi sangat kompleks. Meningkatnya usaha kuliner seperti warmino ini membuat pelaku usaha harus berupaya memahami keinginan, kebutuhan, dan permintaan konsumen serta menciptakan inovasi baru yang menjadi pembeda dengan usaha sejenis lainnya, warmino yang berani berinovasi dan berbeda dengan usaha sejenis lainnya akan lebih berkembang dibanding usaha yang biasa-biasa saja, karena pada masa sekarang ini persaingan bisnis kuliner terbilang sangat ketat. Fenomena menjamurnya bisnis yang ada di kota Surakarta, yang di mulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan, bisnis kuliner yang berskala menengah seperti rumah makan dan cafe, sampai bisnis yang skalanya besar seperti restoran.

Manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik (Kotler dan Keller 2017:6). Manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran (Tjiptono 2016:63).

Menurut Tjiptono dan Chandra, 2016:146 “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menjalankan usaha tanpa membuat konsumen merasa puas hanya akan memperbesar kerugian baik dari segi finansial maupun sumberdaya lainnya yang ada diperusahan (Baillia *et al.*, 2014).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting pendukung terciptanya kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik akan meninggalkan kesan yang baik dibenak konsumen, begitu juga sebaliknya (Kusyana *et al.*, 2020). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono dan Yuliati, 2016). Kualitas pelayanan yang baik dapat mendukung peningkatan nilai dari suatu perusahaan sehingga memberikan kesan awal konsumen yang baik pada perusahaan (Hamdani dan Zman, 2019).

Warmino harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat untuk tetap bertahan di dunia bisnis. Langkah penting untuk menempatkan bisnis warmino agar lebih unggul salah satunya harus menyediakan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan yang berada di Warmino Riverside Surakarta ramah dan sopan kepada konsumen, selalu menyediakan kebutuhan konsumen serta membangun kepercayaan konsumen melalui peningkatan rasa puas konsumen seperti menjaga kualitas pada pelayanan.

Tabel 1 Ulasan Variabel Kualitas Pelayanan

Nama	Ulasan
Napisa Isa	Pelayanan sangat ramah, mas masnya kasir juga enak diajak komunikasi
Riska Kusuma	Pelayanan ramah dan cepat
Ningsih	Nyaman, Pelayanan yang sangat baik

Sumber: Warmindo Riverside Surakarta-Google Maps 2025

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Antari, Anggraini dan Ribek (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Hangout Acoustic Cafe* Gianyar, menurut Herlambang dan Komara (2021) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Starbucks Coffe Reserve Plaza* Senayan, menurut Estamarinda, Akila dan Sinarti (2021) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Hompizz Pizza* Palembang, sedangkan menurut Widodo (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Molivia Cafe*.

Harga juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjual suatu produk. Perusahaan harus melakukan survei terlebih dahulu sebelum menentukan harga yang pantas untuk produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 127). “Harga adalah jumlah nominal yang harus dikorbankan atas nilai yang dihasilkan dari suatu produk atau jasa serta menjadi sebuah simbol atas berpindahnya hak kepemilikan” (Manampiring & Wenas, 2016).

Warmindo Riverside Surakarta menetapkan sebuah strategi pemasaran dengan menetapkan harga produk yang bersaing, hal ini diberikan karena harga produk yang ditawarkan antar warmindo hampir memiliki selisih harga yang tidak begitu jauh, sehingga dengan adanya penetapan harga yang bersaing dapat memicu faktor kepuasan pelanggan. Hasil observasi pra penelitian didapatkan pernyataan dari beberapa pelanggan dari Warmindo

Riverside Surakarta, mereka menyatakan bahwa untuk harga produk menu yang ditawarkan memiliki harga yang relatif murah sebanding dengan warmindo lainnya yakni berkisaran mulai dari Rp. 8.000. terkait dengan pernyataan tersebut, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi pelanggan lain yang juga menyatakan bahwa harga yang diberikan sebanding dengan produk yang didapatkan. Berkaitan dengan pernyataan pelanggan, maka diketahui bahwa harga merupakan salah satu faktor yang penting memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 2 Ulasan Variabel Harga

Nama	Ulasan
Rizky Putis	Harga saya rasa murah dengan memberikan fasilitas yang begitu baik
Bolodh Madee	Harga makanan juga terjangkau.
Christya Ari Nugraha	Harga standar, rasa lumayan tergantung selera.

Sumber: Warmindo Riverside Surakarta-Google Maps 2025

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukarsih dan Suputra (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Habitat Ubud, menurut

Mariansyah dan Syarif (2020) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu, menurut Muhammad dan Melinda (2021) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Bu Rajab Resto *Pancing and Cottage*, sedangkan menurut Giawa dan Hendriati (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Bunaken.

Promosi juga berpengaruh dengan kepuasan pelanggan. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli. Menurut Lupiyoadi (2015:120) "Promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa".

Warmindo Riverside Surakarta melakukan promosi dengan cara membuat vidio menarik di media sosial Instagram maupun tiktok pada vidio tersebut menampilkan konten-konten menarik seperti suasana warmindo dan harga menu yang ada di warmindo. Warmindo Riverside Surakarta juga beberapa kali mengadakan diskon seperti pada bulan ramadhan dan pada hari-hari besar tertentu.

Tabel 3 Ulasan Variabel Promosi

Nama	Ulasan
Ardi P	Saya tertarik berkunjung setelah melihat vidio warmindo ini di Instagram.
Fauzi A	Saya kesini karena melihat konten pada media sosial sangat menarik.
Farid Ardiansyah	Warmindo ini memaksimalkan media sosial.

Sumber: Warmindo Riverside Surakarta-Google Maps 2025

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andhika, *et al.* (2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Cafe Inspirasi Corner, sedangkan menurut penelitian Al Ihsan, Effendi, dan Handayani (2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat.

Hasil survey dan wawancara dengan Siti Aminah selaku pemilik Warmindo Riverside Surakarta, warmindo ini memiliki total 30 karyawan. Warmindo ini juga memiliki keunggulan tersendiri yaitu memiliki pemandangan yang bagus yaitu Bendungan Tirtonadi yang ada di depan warmindo tersebut. Selain untuk tempat makan Warmindo Riverside biasanya juga dipakai sebagai tempat berkumpul, dan dapat digunakan untuk tempat mengerjakan tugas, untuk mengatasi persaingan yang ketat ini Warmindo Riverside lebih mengutamakan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dapat dibuktikan dengan contoh meskipun dalam keadaan ramai pegawai Warmindo Riverside dapat melayani pesanan pelanggan dengan cepat tanpa mengurangi cita rasa makanan atau minuman. Warmindo Riverside memberikan harga yang relatif murah sehingga dapat lebih menarik pelanggan untuk berkunjung. Warmindo Riverside memiliki berbagai menu ada juga paket menu yang cocok untuk dompet pelajar hampir semua menu makanan atau minuman yang ada di Warmindo Riverside merupakan menu favorit para konsumen. Warmindo Riverside juga sering memberikan diskon pembelian. Semua strategi yang dilakukan oleh Warmindo Riverside dalam memberikan kualitas pelayanan, penetapan harga serta promosi, semata-mata untuk membuat konsumen merasa puas dengan sajian yang di berikan oleh Warmindi Riverside, sehingga jika konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan yang loyal. Warmindo

Riverside berdiri sejak tahun 2020. Selain itu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan Warmindo Riverside yaitu Jalan Popda No.10 Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Jawa Tengah.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan (Survei Pada Pelanggan Warmindo Riverside Surakarta). Alasan Warmindo Riverside ini menjadi objek penelitian sekarang karena Warmindo Riverside mempunyai daya tarik tersendiri dan terkenal di berbagai kalangan sehingga memudahkan dalam melakukan pencarian data.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pembelian pada Warmindo Riverside yang jumlahnya tidak diketahui lebih pasti dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga, populasi tak terhingga yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Penentuan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara sampel acak sederhana simple random sampling. Random sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang menggunakan aturan acak saat menentukan sampel. Jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus *Leedy* dalam Arikunto (2017:136), sebagai berikut:

$$N = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (P) (1-P)$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

p : Jumlah populasi

e : *Sampling Error* (10%)

Z : Standar untuk kesalahan yang dipilih

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka harga P (1-P) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, maka besar sampel adalah :

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 (0,25) = 96,04$$

$$= 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100 orang)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang. Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang konsumen pembelian pada “Warmindo Riverside Surakarta”, hal dilakukan untuk mempermudah dalam pengelolaan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. “Penentuan besarnya sampel dijelaskan apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, selanjutnya jika jumlah besar dapat diambil 10%- 20%” (Arikunto, 2017: 173). Karena jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 dengan menggunakan rumus leedy. 100 lebih baik

diambil semua, selanjutnya jika jumlah besar dapat diambil 10%-20% (Arikunto, 2017: 173). Karena jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 dengan menggunakan rumus *leedy*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018: 138) “*purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang digunakan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti”. Kriteria dalam pengambilan sampel, yaitu:

- a. Pelanggan Warmino Riverside Surakarta
- b. Pelanggan Warmino Riverside Surakarta yang pernah berkunjung minimal 1 kali dalam jangka waktu 3 bulan pada saat penelitian dilakukan.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu :

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada pelanggan Warmino Riverside selaku responden. Pengukur teknik menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017:93) “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden yang bernilai positif, maka klasifikasi skornya yaitu:

- 1) Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5
- 2) Jawaban S (Setuju) diberi skor 4
- 3) Jawaban N (Netral) diberi skor 3
- 4) Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor 2
- 5) Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1

2. Studi Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data guna memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian, meliputi jurnal penelitian, buku-buku, maupun surat kabar.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini model data menggunakan analisis regresi berganda. Model ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan. Dalam suatu penelitian, kemungkinan munculnya masalah dalam analisis regresi cukup sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang dimasukan kedalam serangkaian data. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Harga

X_3 = Promosi
 a = Konstanta
 b_1 = Koefisien regresi Kualitas pelayanan
 b_2 = Koefisien regresi Harga
 b_3 = Koefisien regresi Promosi
 e = Error

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Warung Makan Indomie (Warmindo) telah menjadi bagian budaya kuliner wajib yang selalu ada di berbagai sudut kota. Warung makan yang dikenal murah dan menawarkan berbagai hidangan menjadi tempat para mahasiswa, pekerja, dan seluruh lapisan masyarakat berkumpul untuk mengisi kekosongan perut.

Ada satu warmindo unik di Solo, yakni Warmindo Riverside yang terletak di Jalan Popda No.10, Nusukan, Kecamatan Banjarsari. Warmindo ini telah berdiri sejak 2020. Tempatnya bisa dikatakan instagramable karena memiliki interior yang elegan dan estetik. Tak hanya bagian dalamnya, warmindo riverside juga menawarkan view menarik yakni Kali Anyar yang merupakan anak sungai Bengawan Solo. Warmindo Riverside memiliki tempatnya yang cukup luas, dari mulai ruangan ber AC, hingga memberikan fasilitas *WIFI* serta televisi dan mushola, untuk mengatasi persaingan yang ketat ini Warmindo Riverside lebih mengutamakan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dapat dibuktikan dengan contoh meskipun dalam keadaan ramai pegawai Warmindo Riverside dapat melayani pesanan pelanggan dengan cepat tanpa mengurangi cita rasa makanan atau minuman. Warmindo Riverside menyajikan banyak menu dengan harga yang bersahabat dengan kantong, diantaranya indomie, mie dok-dok, nasi ayam, nasi lele, nasi kakap, nasi bebek, nasi goreng, hingga magelangan. Harga menu makanan sendiri beragam, untuk makanannya mulai dari Rp8.000 sedangkan minumannya mulai dari Rp2.000. Sedangkan menu nasi goreng dan mie dok-dok menjadi menu best seller yang sering dipesan.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, harga, dan promosi, variabel terikat kepuasan pelanggan

$$\text{Persamaan regresi: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan
 a = konstanta/nilai tetap yaitu besarnya Y jika $X=0$
 b_1 = koefisien regresi variabel X_1 : menunjukkan besarnya pengaruh X_1 terhadap Y
 b_2 = koefisien regresi variabel X_2 : menunjukkan besarnya pengaruh X_2 terhadap Y
 b_3 = koefisien regresi variabel X_3 : menunjukkan besarnya pengaruh X_3 terhadap Y
 X_1 = variabel bebas: Kualitas Pelayanan
 X_2 = variabel bebas Harga
 X_3 = variabel bebas: Promosi

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Survei pada Pelanggan Warmindo Riverside Surakarta)
(Ardiya Putra, et al.)

e = eror

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,517	2,010		2,247	0,027
	Kualitas Pelayanan	0,148	0,066	0,175	2,232	0,028
	Harga	0,533	0,092	0,495	5,813	0,000
	Promosi	0,319	0,124	0,217	2,560	0,012

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi :

$$Y = 4,517 + 0,148 X_1 + 0,533 X_2 + 0,319 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

- $a = 4,517$ (positif)
artinya jika X_1 (kualitas pelayanan), X_2 (harga) dan X_3 (promosi) konstan maka Y (kepuasan pelanggan) adalah positif.
- $b_1 = 0,148$ Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya : jika kualitas pelayanan meningkat maka Y (kepuasan pelanggan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_2 (harga) dan X_3 (promosi) konstan/tetap.
- $b_2 = 0,533$ Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya: jika persepsi konsumen terhadap harga meningkat maka Y (kepuasan pelanggan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_3 (promosi) konstan/tetap.
- $b_3 = 0,319$ Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya : jika promosi meningkat maka Y (kepuasan pelanggan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) dan X_3 (promosi) konstan/tetap.

Uji t

Uji-t dimaksudkan untuk menganalisis signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Tabel 5 Hasil Uji T

Coefficients^a

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
 (Survei pada Pelanggan Warmino Riverside Surakarta)
 (Ardiya Putra, et al.)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,517	2,010		2,247	0,027
	Kualitas Pelayanan	0,148	0,066	0,175	2,232	0,028
	Harga	0,533	0,092	0,495	5,813	0,000
	Promosi	0,319	0,124	0,217	2,560	0,012

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah, 2025

1) Uji-t variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Diperoleh *level of significance p-value* (signifikansi) = 0,028 < 0,05 maka H0 ditolak dan diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kesimpulan : H1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta terbukti kebenarannya.

2) Uji-t variabel X2 (harga)

Diperoleh *level of significance p-value* (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan : H2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta terbukti kebenarannya

3) Uji-t variabel X3 (Promosi)

Diperoleh *level of significance p-value* (signifikansi) = 0,012 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan : H3 yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta terbukti kebenarannya

Uji F (Uji Ketepatan Model)

Uji F dimaksudkan untuk menguji ketepatan model yang digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) dan X3 (promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Langkah dalam pengujian ini adalah sebagai berikut.

Formulasi Hipotesis :

H0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, model yang digunakan tidak tepat untuk memprediksi pengaruh yang variabel bebas X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) dan X3 (promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

$\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ artinya model yang digunakan tepat untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) dan X3 (promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Kriteria : H0 diterima bila *p-value* (signifikansi) > 0,05

H0 ditolak bila *p-value* (signifikansi) < 0,05

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares		Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398,920	3	132,973	23,570	0,000 ^b
	Residual	541,590	96	5,642		
	Total	940,510	99			
a. <i>Dependent Variable:</i> Kepuasan Pelanggan						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga						
Sumber: Data primer diolah, 2025						

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 23,570 dengan nilai signifikansi (*p. value*) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model yang digunakan tepat untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) dan X3 (promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,651 ^a	0,424	0,406	2,375
a. <i>Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga</i>				
b. <i>Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan</i>				

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R^2*) untuk model ini adalah sebesar 0,406, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) dan X3 (promosi) terhadap Y (kepuasan pelanggan) sebesar 40,6 %. Sisanya ($100\% - 40,6\%$) = 59,4% diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya kualitas produk, *Store Atmosphere* dan lokasi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 2,232 dengan *p-value* (signifikansi) = $0,028 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga yang menyatakan “Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) terbukti kebenarannya”.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Herlambang dan Komara (2021) menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Agar variabel kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta, maka karyawan Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya meningkatkan empati dalam memberikan

pelayanan dengan cara semakin ramah saat melayani pelanggan. Warmindo Riverside Surakarta hendaknya selalu menjaga kehandalan pelayanan dengan cara selalu emberikan pelayanan dengan segera.

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 5,813 dengan $p\text{-value}$ (signifikansi) = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga yang menyatakan “Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) terbukti kebenarannya”.

Hasil penelitian ini mendukung penelitin dari Sukarsih dan Suputra (2021) menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Agar variabel harga meningkatkan kepuasan Warmindo Riverside Surakarta, maka Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu kualitas produk Warmindo Riverside Surakarta yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya selalu mempertahankan daya saing harga dengan cara menetapkan harga produk Warmindo Riverside Surakarta yang selalu ekonomis.

Pengaruh Promosi terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 2,560 dengan $p\text{-value}$ (signifikansi) = $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga yang menyatakan “Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) terbukti kebenarannya”.

Hasil penelitian ini mendukung penelitin dari Andhika, *et al.* (2020) menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Agar variabel Promosi meningkatkan kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta, maka Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya semakin sering melakukan promosi *public relation* dengan cara semakin sering mendukung kegiatan masyarakat dengan bertindak sebagai sponsor pada acara tertentu. Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya selalu melakukan promosi periklanan karena iklan Warmindo Riverside Surakarta di internet membuat konsumen selalu tertarik untuk membeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Riverside Surakarta

SARAN

Saran yang diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Warmindo Riverside Surakarta

- a. Pihak Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya meningkatkan empati dalam memberikan pelayanan dengan cara semakin ramah saat melayani pelanggan. Warmindo Riverside Surakarta hendaknya selalu menjaga kehandalan pelayanan dengan cara selalu emberikan pelayanan dengan segera.
 - b. Pihak Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu kualitas produk Warmindo Riverside Surakarta yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya selalu mempertahankan daya saing harga dengan cara menetapkan harga produk Warmindo Riverside Surakarta yang selalu ekonomis.
 - c. Pihak Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya semakin sering melakukan promosi public relation dengan cara semakin sering mendukung kegiatan masyarakat dengan bertindak sebagai sponsor pada acara tertentu. Warmindo Riverside Surakarta sebaiknya selalu melakukan promosi periklanan karena iklan Warmindo Riverside Surakarta di internet membuat konsumen selalu tertarik untuk membeli.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah variabel bebas lain seperti *store atmosphere*, kualitas produk, lokasi dll sehingga memperluas keilmuan dibidang manajemen khususnya manajemen pemasaran. Selain itu juga memodifikasi model penelitian dengan menambahkan varaibel seperti variabel mediasi dan variabel moderasi.

KETERBATASAN

Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Responden tidak memberikan jawaban yang jujur atau lengkap yang diakibatkan dari kurangnya paham dalam memahami maksud dari setiap item pertanyaan kuesioner.
2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas pelyanan, harga dan promosi sehingga dimungkinkan masih banyak variabel lain yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor dalam kepuasan pelanggan pada Warmindo Riverside Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. P. I. S., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Promosi, Suasana Cafre dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hangout Acoustic Café Gianyar. *Emas*, 3(11), 40-4Arikunto, Suharsimi. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Andhika, A., Hasanah, A. U., Rahmawati, I., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kualitas produk harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Study kasus Cafe Inspirasi Corner). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2).
- Al Ihsan, M. A., Effendi, M., & Handayani, Y. (2020). Pengaruh Marketing Mix Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 459-467.

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakti*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69-82.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Giawa, A., & Hendriati, Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bunaken. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 6(2), 151-160.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56-64.
- Hamdani, N. Al., & Zman, M. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1).
- Husein. (2018). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Jurnal Ekonomi Bisnis*. 11 (4)
- Hidayat dan Riza Firdaus. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palang karaya)". *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3, Oktober 2014.
- Indrasari Meithiana., 2019, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks., Jakarta. In e – *Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2016). *Marketing management*. 15th Pearson Education, In
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa. *Widya Manajemen*, 2(1), 10–27.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson
- Manampiring, A. & Wenas, R. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Konsumen Pada Kartu Kredit PT.Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal Riset Ekonom, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 4 (2), 164-176
- Muhammad, R. F., & Melinda, T. (2021). *The Influence of Price, Quality of Service and Promotions on Customer Satisfaction at Bu Rajab Resto Pancing and Cottage*. *KnE Social Sciences*, 129-142.
- Sukarsih, N. K. O., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen*,

- Kewirausahaan dan Pariwisata, 1(3), 861-872.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146
- Sugiyono.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru Joko. *Jurnal KINDAL*, 14(3), 255–262.
- Setyo, P. E. (2017, Februari). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*, Penerbit : Andi. Bandung
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 4.Yoyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husain. 2014. *Metode Riset Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Widodo, S. (2021). *The effect of product quality, service quality and prices on consumer satisfaction of molivia cafe (case study on consumers of molivia cafe, jalan hm Joni, teladan timur, medan city)*. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 619-633.
- Widjojo Handy, ddk. (2019). *Sari-Sari Pemasaran & Aplikasi Dunia Bisnis*. Jakarta Selatan : Prasetya Mulya Publishing