



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS PENGARUH RASA, KUALITAS BAHAN,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BAKSO REZEKI NGANJUK**

Oleh:

TEDDY	(2112010062)
DIAH AYU SEPTI FAUJI	(0711098703)
PONIRAN YUDHO LEKSONO	(0704047306)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Rasa, Kualitas Bahan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Rezeki Nganjuk
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Teddy
 - b. NPM : 2112010062
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Ds. Balonggebang Kec.gondang Kab. Nganjuk
 - e. Telp./HP : 0895702980708
 - f. Email : tokteddy059@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 3 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodik Manajemen



Kediri, 2 juli 2025
Ketua,

Teddy
NPM. 2112020062

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PRAKATA

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas ridho-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri..
4. Poniran Yudho Leksono, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Dyah Ayu Septi Fauji, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
6. Bapak, Ibu dan Kakaku, serta keluarga besar yang telah memberi dukungan, do'a, motivasi, dan materi.
7. Bapak Tukimin Selaku Pemilik Bakso Rezeki
8. Sahabat dan juga Teman-teman yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan motivasi.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,



NPM: 2112010062

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan membahas tentang Analisis pengaruh Rasa, Kualitas Bahan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Rezeki Nganjuk. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 97 responden yang merupakan Pelanggan Bakso Rezeki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rasa dan Harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Bahan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan Rasa dan Harga dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan Pelanggan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan seperti ruang lingkup yang sempit dan hanya fokus pada tiga variabel, sehingga diperlukan studi lanjutan dengan pendekatan yang lebih komprehensif. Luaran penelitian ini dipublikasikan pada prosiding KIC dengan link <https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.6301>

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Prakata.....	iii
Ringkasan.....	iiv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
A. Kepuasan Pelanggan	7
B. Rasa.....	9
C. Kualitas Bahan	12
D. Harga	14
E. Kerangka Berfikir	18
F. Hipotesis.....	22
G. Kerangka Konseptual.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Deskripsi Metode Penelitian	25
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	26
C. Sasaran Penelitian	26
D. Instrumen Penelitian	27
E. Prosedur Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	27
Tabel 3.2 Kisi kisi Instrumen penelitian	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.1 Tingkat Usia Responden	39
Tabel 4.2 Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.3 Uji Multikolineritas.....	40
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.5 Uji Determinasi	42
Tabel 4.6 Uji T	43
Tabel 4.7 Uji F	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual.....	22
Gambar 4.1 Heteroskedastitas	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	55
Lampiran 2. Surat Balasan	56
Lampiran 3. Instrument Peneliitian.....	57
Lampiran 4. Tabulasi Data Hasil Penelitian	60
Lampiran 5. artikel yang dipublikasikan	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang yang semakin padat, kegiatan dapat dilakukan dengan cara yang lebih efektif dan efisien, hal ini tercermin dari terbatasnya waktu yang tersedia dimiliki individu, maka mereka perlu melakukan kegiatan secara instan contohnya adalah menyangkut kesuguhan makanan karena semakin sibuk maka kesempatan untuk memasak sendiri semakin berkurang sehingga lebih efektif dan ekonomis adalah membeli, dari sini diambillah suatu peluang bisnis dibidang kuliner. Salah satu sektor yang sangat diminati oleh masyarakat adalah bisnis makanan. Usaha di bidang ini termasuk salah satu yang berkembang pesat, dengan banyaknya bisnis yang tumbuh dan semakin maju. Setiap usaha harus bersaing dalam hal inovasi dan merebut pangsa pasar, dengan tujuan untuk menawarkan produk terbaik kepada konsumen. Oleh karena itu, hal ini berpengaruh pada minat beli pelanggan, yang diharapkan merasa puas dengan produk yang dibeli. Setiap pelaku bisnis perlu peka terhadap perubahan dalam persaingan di lingkungan sekitar dan memiliki kemampuan untuk menarik pembeli demi keberhasilan usaha mereka. Bisnis kuliner khas Jawa Timur menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan peningkatan 15-20% hingga 2022 Daerah ini terkenal dengan berbagai makanan ikonik seperti rawon, soto lamongan, dan bakso yang mencerminkan kekayaan budaya dan cita rasa lokal Surabaya sebagai pusat perekonomian menawarkan peluang besar bagi pengusaha kuliner, didukung oleh kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas pasar Inovasi dalam produk dan kemasan juga menjadi kunci untuk menarik Pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Bisnis kuliner adalah sektor yang menjanjikan dan terus berkembang, didorong oleh kebutuhan dasar manusia akan makanan dan minuman. Dengan populasi Indonesia yang besar, permintaan produk kuliner akan meningkat, menciptakan persaingan ketat di antara pelaku usaha Bisnis ini mencakup berbagai jenis, dari restoran cepat saji hingga rumah makan tradisional, dan sering kali dikelola oleh usaha mikro kecil

dan menengah (UMKM) yang mendominasi pasar Keberhasilan didalam usaha makanan bergantung pada kualitas produk, pelayanan, dan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik Pelanggan.

Kota Nganjuk, yang dikenal sebagai kota metropolitan, menawarkan berbagai fasilitas untuk menciptakan suasana yang nyaman. Nganjuk juga populer dengan berbagai kuliner yang dimilikinya, yang kini telah menjadi kebutuhan masyarakat. Salah satu kuliner yang banyak diminati oleh pelanggan adalah bakso. Makanan pokok manusia adalah makanan, namun bakso juga menjadi pilihan sebagai makanan favorit, cemilan, dan kuliner. Bakso adalah salah satu kuliner khas Indonesia yang sangat digemari oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Bagi para pelaku usaha di bidang ini, penting untuk menawarkan harga yang bersaing, memberikan pelayanan yang ramah dan maksimal di setiap tempat usaha, guna memastikan kepuasan pelanggan. Di samping itu, mutu produk yang disajikan harus dijaga agar tetap tinggi, karena hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi rumah makan tersebut. Dengan menetapkan harga yang masuk akal, memberikan layanan yang prima, serta menyajikan bakso yang berkualitas, kepuasan pelanggan dapat terwujud dan peluang mereka untuk kembali berkunjung pun semakin besar.

Rumah Makan Bakso Rezeki menjadi salah satu objek penelitian yang fokus pada kepuasan pelanggan. Usaha kuliner ini mendapatkan berbagai tanggapan terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan. Secara umum, pelanggan yang datang cenderung menyukai harga yang terjangkau, produk berkualitas, dan pelayanan yang nyaman. Karena itu, memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan menjadi salah satu prioritas utama bagi Rumah Makan Bakso Rezeki.

Rumah Makan Bakso Rezeki yang terletak di Jln. Gondang-Lengkong, merupakan salah satu bakso terlaris di Nganjuk Utara. Bakso Rezeki, yang telah dikenal sejak lama, memiliki daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Rasanya yang lezat dan harga yang terjangkau membuat pelanggan puas, sehingga minat beli terus berkembang pesat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah

pelanggan, berbagai varian produk terus dikembangkan. Selain itu, kualitas pelayanan dan kenyamanan pelanggan selalu diperhatikan agar pengalaman pembelian tetap memuaskan. Rumah Makan Bakso Rezeki menerapkan konsep manajemen yang berfokus pada penyediaan harga yang ramah di kantong untuk semua lapisan masyarakat, disertai dengan pelayanan yang memuaskan melalui penyajian makanan yang enak, cepat, dan nyaman. Selain itu, kualitas bahan menjadi elemen penting dalam menarik minat pelanggan, sehingga makanan yang ditawarkan dapat memenuhi selera konsumen.

Menurut Herianto (2023) Bakso adalah suatu makanan yang bisa dianggap kesukaan bagi kalangan di Indonesia. Penjual bakso selalu ada di setiap wilayah dan bahkan hampir disetiap jalan. Bakso adalah makanan yang gampang dicari dan harganya relatif murah. Walaupun begitu banyak yang bermunculan pedagang bakso dengan harga yang lebih mahal dan menjadikan berbagai kekhasan masing-masing pedagang. Oleh sebab itu bakso adalah makanan yang gampang dicari dan harganya tidak terlalu berbeda dengan pedagang lainnya, dan menjadi perhatian untuk mempelajari penyebab apa saja yang membuat kenikmatan bagi para penyuka bakso selain dari biaya. Bahkan ada juga yang membandingkan harga yang lebih jauh dari pedagang lainnya. Oleh karena itu penyebab harga masih menjadi faktor yang menetapkan kepuasan pelanggan. Selain penyebab harga yang bersaing dan juga cita rasa yang khas bisa membandingkan bakso satu dengan bakso lainnya, adakah terdapat penyebab lainnya yang dapat membangun kepuasan para pelanggan bakso.

Sejarah bakso di Indonesia berawal dari khas kuliner masyarakat yang mengelola daging agar makanan mudah didapatkan. Bakso, yang biasanya terbuat dari daging sapi, pertama kali disebarluaskan di wilayah Jawa, Seiring berjalannya waktu, bakso telah menjadi makanan favorit diseluruh wilayah Indonesia, banyak pedagang yang merantau dan menjual baksonya dikota besar seperti kota Jakarta dan kota-kota lainnya. Untuk sekarang ini, bakso tidak hanya menjadi makanan favorit, melainkan bagian penting dari industri kuliner Indonesia, dengan banyaknya orang yang berdagang. (Yosef Usman,2024)

apakah suatu produk atau jasa akan diminati pasar. Selain itu, harga berperan penting dalam membantu konsumen mengambil keputusan dalam mengalokasikan daya beli mereka terhadap berbagai pilihan produk dan layanan. Dengan adanya perbandingan harga, konsumen dapat menentukan prioritas pengeluaran dan memutuskan apakah produk atau jasa tersebut layak untuk dibeli.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar mempunyai tujuan dan mendapatkan gambaran yang jelas serta bermanfaat bagi yang membutuhkan. Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui atau menganalisis apakah rasa secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bakso rezeki dikota nganjuk?
2. Untuk mengetahui atau menganalisis apakah kualitas bahan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bakso rezeki dikota nganjuk?
3. Untuk mengetahui atau menganalisis apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bakso rezeki dikota nganjuk?
4. Untuk mengetahui atau menganalisis apakah Apakah rasa, kualitas bahan, dan harga secara silmutan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bakso rezeki dikota nganjuk?

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Menurut Nurhadi (2023), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang diterima dengan harapan sebelumnya. Istilah "kepuasan" berasal dari bahasa Latin, yaitu *satis* yang berarti cukup atau memadai, dan *facio* yang berarti melakukan atau menciptakan. Dalam bahasa Inggris, kepuasan diartikan sebagai suatu upaya untuk memenuhi atau mewujudkan sesuatu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh berbagai faktor, seperti pengalaman sebelumnya, opini keluarga, strategi pemasaran, maupun informasi dari pesaing. Pelanggan yang merasa puas umumnya akan lebih loyal, tidak terlalu peka terhadap perubahan harga, serta cenderung merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain.

Menurut Suhardi (2022) mengatakan bahwa Kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung mendorong loyalitas jangka panjang terhadap suatu bisnis. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang ketika produk baru dirilis, serta bersedia memperbarui produk yang telah mereka miliki. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan bisnis dan produknya kepada orang lain, tidak mudah terpengaruh oleh merek pesaing, dan cenderung tidak terlalu mempermasalahkan harga. Selain itu, mereka sering memberi saran tentang produk dan layanan baru kepada bisnis tersebut. Karena transaksi yang dilakukan secara rutin, biaya layanan untuk pelanggan setia ini lebih rendah dibandingkan dengan biaya untuk menarik pelanggan baru.

Berdasarkan definisi yang di atas, kepuasan pelanggan itu makna dari kesetaraan di antara keinginan dan pengalaman yang diterima konsumen. Jika layanan yang diterima memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Tjiptono juga menekankan bahwa kualitas pelayanan,

termasuk kehandalan dan bukti fisik, sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Tjiptono 2016),

2. Manfaat produk

Menurut Tjiptono (2019), kualitas yang baik dan terjaga secara tetap dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memberikan berbagai manfaat, seperti:

- a. Ikatan antara badan usaha dan pelanggan menjadi lebih baik dan saling mendukung.
- b. Menjadi dasar yang kuat untuk mendorong pembelian kembali.
- c. Dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- d. Mendorong terbentuknya rekomendasi positif dari pelanggan yang dapat bermanfaat perusahaan.
- e. Citra badan usaha akan lebih dihargai oleh pelanggan.
- f. Peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

3. Fungsi produk

Menurut Malau (2020) Fitur dan keunggulan suatu produk dapat digunakan untuk mengidentifikasinya. Arti penting dari tiap fitur atau keunggulan produk, ini akan berubah tergantung pada pekan/pasar. Misalnya, segmen pedagang dan segmen pekerja kantoran menggunakan kendaraan untuk tujuan yang berbeda. Manfaat produk ini seperti berikut:

- a. Layanan yang diberikan.
- b. Harga yang ditetapkan.
- c. Desain produk.
- d. Kemasan produk.
- e. Garansi atau Jaminan fisik

4. Indikator kepuasan pelanggan

Menurut Hermanto dan Nainggolan (2020), terdapat 6 indikator kepuasan pelanggan dapat diukur dengan:

- a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan : Menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan secara keseluruhan.

- b. Penilaian Pelanggan : Ukuran penilaian yang diberikan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman mereka.
- c. Konfirmasi Harapan : kelayakan antara keinginan pelanggan dan performa baru produk.
- d. Minat Pembelian Ulang : Kemauan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
- e. Kesiapan untuk Merekomendasikan : Niat pelanggan untuk menyarankan produk kepada orang lain.
- f. Ketidakpuasan Pelanggan : sudut pandang yang mencakup cara pelanggan menyampaikan ketidakpuasan mereka, seperti kritik dan saran

B. Rasa

1. Pengertian Cita Rasa

Cita rasa adalah atribut makanan yang mencakup tampilan (penampilan makanan dan minuman yang disajikan), aroma, rasa, dan suhu (Winscott & Charly, 2020). Cita rasa juga berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Faktor ini sangat penting karena hal pertama yang dicari pelanggan di rumah makan adalah rasa dari makanan dan minuman yang disuguhkan. Cita rasa yang sesuai dengan preferensi pelanggan akan buat mereka merasa puas dan mendorong kemauan untuk melakukan pembelian ulang di rumah makan tersebut (Orsandi & Dwito, Januari 2022).

Berdasarkan definisi di atas, dapat diputuskan bahwa cita rasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan (Galih & Putri, 2022). Para pelaku usaha harus terus menjaga kualitas rasa dan aroma dari setiap produk yang dijual agar pelanggan tetap merasa puas dan terpengaruh untuk melakukan pembelian kembali pada produk yang memenuhi harapan mereka (Mutiara, Rahmad, & Ahmad, 2020). Hal ini searah dengan pendapat Siregar yang menyatakan bahwa cita rasa dalam suatu produk sangat penting.