

## **Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Penyetan Express Nginden Surabaya**

**Muhammad Miftahul Firdaus, Estik Hari Prastiwi**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: Miftahulfirdaus2003@gmail.com, estik@untag-sby.ac.id

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengevaluasi pengaruh atau kontribusi pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya, baik secara terpisah maupun secara keseluruhan. Penelitian ini melibatkan 100 partisipan yang dipilih melalui teknik pengambilan sampel kebetulan (accidental sampling). Data dikumpulkan dengan cara pengisian kuesioner dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda, dilanjutkan dengan uji t untuk pengujian secara parsial, uji F untuk pengujian secara simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menguji hipotesis yang diajukan. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, indikator yang diterapkan terbukti sah dan konsisten. Hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara uji F menegaskan bahwa ketiga variabel secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Persepsi Harga, Kualitas Produk*

### **Abstract**

*The aim of this study is to evaluate the impact or contribution of customer experience, price perception, and product quality on customer satisfaction at Warung Penyetan Express Nginden Surabaya, both separately and collectively. This study involves 100 participants selected using the accidental sampling technique. Data was collected through questionnaire completion and analyzed using multiple linear regression, followed by t-tests for partial testing, F-tests for simultaneous testing, and the coefficient of determination ( $R^2$ ) to test the proposed hypotheses. Based on the results of validity and reliability tests, the indicators used were found to be valid and consistent. The t-test results indicate that all three variables have a significant effect on customer satisfaction, while the F-test confirms that the three variables, when considered together, have a significant influence. In general, it can be concluded that customer experience, price perception, and product quality play an important role in influencing customer satisfaction.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Experience, Price Perception, Product Quality.*

## **Pendahuluan**

Di era modern saat ini, industri kuliner berkembang cukup cepat dan pesat seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan yang praktis. Perubahan ini juga dipengaruhi oleh gaya hidup yang lebih condong pada kebiasaan membeli makanan daripada memasaknya sendiri, sehingga banyak restoran dan tempat makan bermunculan, termasuk yang berada di pinggir jalan. Di tengah ketatnya persaingan di dunia kuliner, pelaku bisnis harus mampu mempertahankan pelanggan mereka. Untuk itu, mereka perlu memahami dengan baik apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan pemahaman tersebut, kepuasan konsumen dapat tercapai, memungkinkan pelaku bisnis kuliner untuk bertahan dan bersaing di pasar.

Surabaya, sebagai kota besar di Jawa Timur, terkenal dengan kuliner khas seperti penyetan, yang terdiri dari lauk goreng, lalapan, dan sambal khas. Beberapa orang bahkan menyebutnya "sambelan".



**Gambar 1 Produk Penyetan**

Sumber : kompas.com

Bagi pelaku bisnis kuliner penyetan, penting untuk memberikan pengalaman yang baik agar pelanggan puas. Menawarkan harga terjangkau dan menjaga kualitas produk juga krusial untuk menarik lebih banyak konsumen, karena kepuasan pelanggan akan meningkatkan daya tarik usaha tersebut.

Dalam persaingan bisnis kuliner yang sengit, Warung Penyetan Express berhasil bersaing dengan menonjolkan kualitas produk, harga, dan layanan. Selain itu, Warung Penyetan Express juga memiliki strategi pemasaran yang menarik untuk dianalisis, memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi faktor-faktor seperti pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk.

## **Landasan Teori**

### **Pengalaman Pelanggan**

Pengalaman pelanggan adalah sesuatu yang dialami dan dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan barang atau pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Wiyata et al. (2020), pengalaman pelanggan merupakan suatu pengalaman yang bisa bersifat positif atau negatif, yang dialami pelanggan ketika memakai serta mengonsumsi produk atau layanan tersebut. Menurut Pebrila et al., (2019) menyatakan bahwa terdapat lima indikator dari customer experience atau pengalaman pelanggan yaitu: sense, feel, think, relate, act.

### **Persepsi Harga**

Persepsi harga merujuk pada pandangan individu mengenai seberapa tinggi atau rendah harga suatu produk. Berdasarkan penjelasan Nur Zahra et al. (2024), persepsi harga merupakan evaluasi dan pandangan konsumen terhadap suatu produk, apakah harga produk tersebut dianggap terlalu mahal, terjangkau, atau wajar. Sementara itu, menurut Darmansah & Yosepha (2020), terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi harga, di antaranya: harga yang dianggap adil dan dapat dijangkau, harga yang lebih bersaing dibandingkan dengan kompetitor, harga yang sebanding dengan kualitas produk, serta harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima

konsumen.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan sebuah barang yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan fungsinya, baik dari daya tahan hingga sesuai standart. Menurut Meyta et al. (2023), kualitas produk bisa disimpulkan sebagai produk yang tidak memiliki cacat. Dengan kata lain, produk tersebut memenuhi standar yang ditetapkan, seperti target, sasaran, atau persyaratan yang dapat diukur. Menurut Wulandari, (2022), terdapat sejumlah indikator dalam kualitas produk adalah sebagai berikut: rasa, bentuk, porsi, temperatur, penampilan.

### **Kepuasan Konsumen**

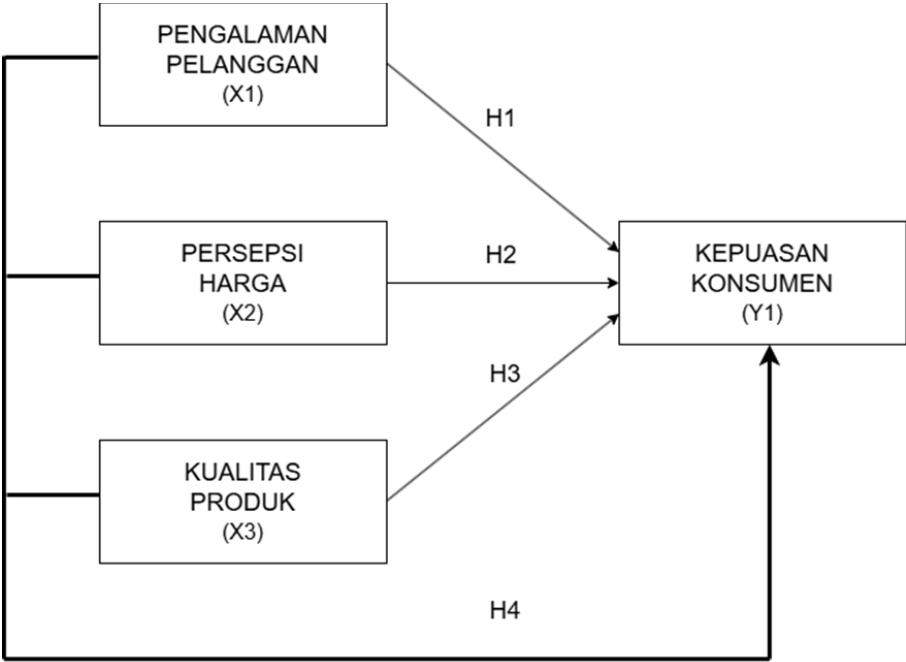
Kepuasan konsumen adalah apa yang dirasakan konsumen yang timbulnya setelah memberikan bandingan apa yang diterima dan yang diharapkan. Menurut Indrasari (2019), kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang timbul, baik berupa kepuasan maupun kekecewaan, yang dirasakan oleh individu setelah membandingkan antara kinerja produk yang diterima dengan harapan yang dimilikinya.. Menurut Hariyanto et al, (2022) Indikator kepuasan konsumen meliputi: pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, kepercayaan tinggi terhadap produk.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengandalkan data yang diperoleh dari Warung Penyetan Express yang terletak di Nginden Surabaya. Terdapat empat variabel independen yang dijadikan fokus, yaitu pengalaman pelanggan, persepsi harga, serta kualitas produk. Sementara itu, variabel dependen menjadi objek penelitian utama dalam penelitian ini ialah kepuasan konsumen yang diukur berdasarkan respons yang diperoleh dari para pelanggan. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian yaitu survei dengan metode kuesioner.

Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Penyetan Express Nginden Surabaya  
 (Muhammad Miftahul Firdaus, Estik Hari Prastiwi, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.173-182)



**Hasil Dan Pembahasan**

**Uji Reliabilitas Variabel**

| Variabel             | Nilai Perhitungan Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha (a) | Keterangan |
|----------------------|------------------------------------|----------------------|------------|
| Pengalaman Pelanggan | 0,903                              | 0,60                 | Realibel   |
| Persepsi Harga       | 0,874                              | 0,60                 | Realibel   |
| Kualitas Produk      | 0,868                              | 0,60                 | Realibel   |
| Kepuasan Konsumen    | 0,852                              | 0,60                 | Realibel   |

Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha pada tiap variabel melebihi angka 0,60, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang memadai.

### Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-plot

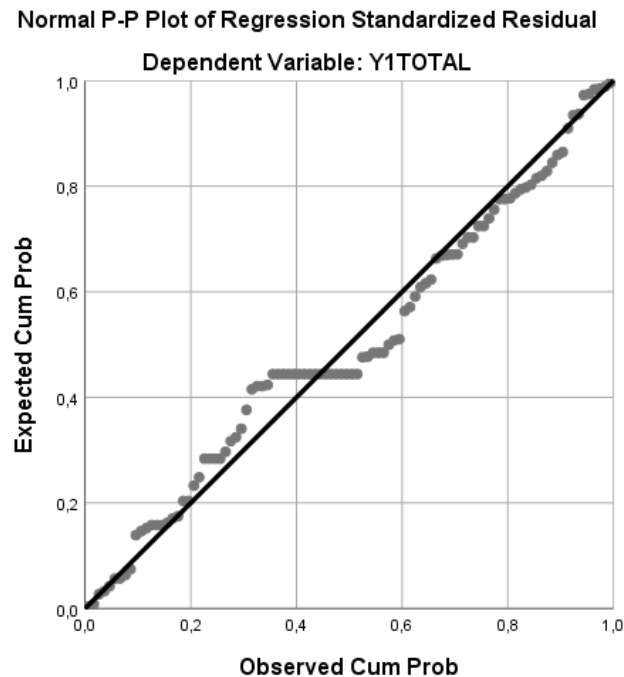


Diagram tersebut memperlihatkan pola distribusi yang bersifat normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah lulus uji normalitas dan karenanya layak digunakan untuk kelanjutan penelitian.

### Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant) | 2,182                       | ,777       |                           | 2,810 | ,006 |                         |       |
|                           | X1TOTAL    | ,152                        | ,054       | ,257                      | 2,835 | ,006 | ,382                    | 2,618 |
|                           | X2TOTAL    | ,152                        | ,058       | ,223                      | 2,643 | ,010 | ,439                    | 2,276 |
|                           | X3TOTAL    | ,244                        | ,059       | ,436                      | 4,159 | ,000 | ,286                    | 3,497 |

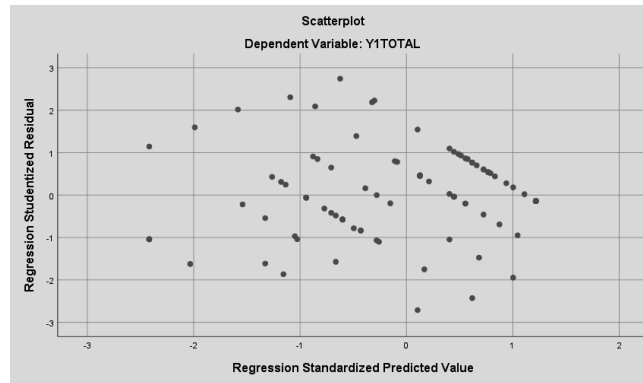
a. Dependent Variable: Y1TOTAL

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas tersebut.

Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Penyetan Express Nginden Surabaya  
 (Muhammad Miftahul Firdaus, Estik Hari Prastiwi, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.173-182)

### Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar grafik Scatterplot tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | 2,182                       | ,777       |                           | 2,810 | ,006 |
|                           | X1TOTAL    | ,152                        | ,054       | ,257                      | 2,835 | ,006 |
|                           | X2TOTAL    | ,152                        | ,058       | ,223                      | 2,643 | ,010 |
|                           | X3TOTAL    | ,244                        | ,059       | ,436                      | 4,159 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y1TOTAL

$$Y: 2,182 + 0,152X_1 + 0,152X_2 + 0,244X_3 + e$$

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

| Model Summary <sup>b</sup>                           |                   |          |                   |                            |
|------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                    | ,836 <sup>a</sup> | ,699     | ,689              | ,951                       |
| a. Predictors: (Constant), X3TOTAL, X2TOTAL, X1TOTAL |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Y1TOTAL                       |                   |          |                   |                            |

Pada tabel tersebut terlihat bahwa 68,9% variasi dalam variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan pada seluruh variabel independen, yaitu pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk.

### Hasil Uji t

| Coefficients <sup>a</sup>      |            |                             |            |                           |       |      |
|--------------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                          |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                                |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                              | (Constant) | 2,182                       | ,777       |                           | 2,810 | ,006 |
|                                | X1TOTAL    | ,152                        | ,054       | ,257                      | 2,835 | ,006 |
|                                | X2TOTAL    | ,152                        | ,058       | ,223                      | 2,643 | ,010 |
|                                | X3TOTAL    | ,244                        | ,059       | ,436                      | 4,159 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Y1TOTAL |            |                             |            |                           |       |      |

Berdasarkan tabel di atas, secara menyeluruh, ketiga variabel independen (pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk) memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan konsumen di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.

### Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup>                                   |            |                |    |             |        |                   |
|------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                    | Regression | 201,223        | 3  | 67,074      | 74,203 | ,000 <sup>b</sup> |
|                                                      | Residual   | 86,777         | 96 | ,904        |        |                   |
|                                                      | Total      | 288,000        | 99 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Y1TOTAL                       |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), X3TOTAL, X2TOTAL, X1TOTAL |            |                |    |             |        |                   |

Merujuk pada tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk secara bersamaan memberikan pengaruh

yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen produk penyetan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.

## Simpulan

Berdasarkan temuan dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman pelanggan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen produk penyetan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.
2. Persepsi harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen produk penyetan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.
3. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk penyetan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.
4. Hasil uji F yang dilakukan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pengalaman pelanggan, persepsi harga, dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk penyetan di Warung Penyetan Express Nginden Surabaya.

## Daftar Pustaka

- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). 16(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Penyetan Express Nginden Surabaya

**Muhammad Miftahul Firdaus, Estik Hari Prastiwi**

- Meyta, R., Mulyadi, P., & Cempena, I. B. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Lelucky Kopi Di Surabaya.
- Nur Zahra, A., Putri Lestari, S., Patimah, T., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2024). The Influence Of Product Innovation And Price Perceptionon Purchasing Decisions For Luxcrime Cosmetics (Survei of Luxcrime Cosmetics Consumers in Tasikmalaya City) Pengaruh Inovasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime Kosmetik (Survei kepada Konsumen Luxcrime Kosmetik di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 177–192. <https://doi.org/10.37676/emba>
- Pebrila, L., Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 341. <https://doi.org/10.24843/EEB.2019.v08.i04.p01>
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. 3(1).
- Wulandari, A. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.