

HUBUNGAN KESESUAIAN HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN AYAM KREMES SUROBOYO KARMEN 78

Michelle Batsyeba Sihombing¹, Nikita Rahma Setioputri², Patricia Vivian Agatha³, Eveline Gracela⁴

Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga

E-mail: batsyebamichelle@gmail.com

Background: Ayam Kremes Suroboyo 78 adalah sebuah tempat makan yang cukup populer di Surabaya. Tempat makan ini terkenal dengan hidangan ayam kremesnya, yang merupakan ayam goreng yang disajikan dengan taburan kremes atau remah-remah renyah di atasnya, serta menyediakan variasi menu lainnya.

Objective: Studi ini bertujuan untuk menguji hubungan kesesuaian harga, kualitas pelayanan, dan variasi menu dengan tingkat kepuasan konsumen Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Methods: Metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* dengan jumlah sampel 100 orang dengan teknik penarikan sampel *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Spearman* dan *Mann-Whitney*. **Results:** Dari nilai koefisien korelasi *Spearman* (Sig. < 0,05), didapatkan bahwa terdapat hubungan positif antara kesesuaian harga dan kepuasan konsumen (0,504), terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (0,474), dan terdapat hubungan positif yang moderat antara variasi menu dan kepuasan konsumen (0,470). Akan tetapi pada uji *Mann-Whitney* tidak terdapat hubungan antara usia dengan kepuasan konsumen (Sig. > 0,05).

Conclusion: Terdapat hubungan yang signifikan antara kesesuaian harga, kualitas pelayanan, dan variasi menu dengan tingkat kepuasan konsumen dengan arah hubungan antar variabel menunjukkan arah hubungan positif. Faktor usia tidak

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 234

Doi : prefix doi :
10.8734/Nutricia.v1i2.3
65

Copyright : Author

Publish by : Nutricia



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Keywords: Kesesuaian harga, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Kepuasan Konsumen

INTRODUCTION

Pada era globalisasi saat ini, tingkat keketatan kompetisi di bidang usaha semakin tinggi. Dalam upaya untuk mempertahankan bisnis atau usahanya, tentu harus memiliki strategi yang baik untuk menarik minat konsumen dan juga mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan. Saat ini cukup banyak ditemui usaha yang sudah berkembang pesat, hal tersebut dikarenakan adanya ide kreatif dan inovatif. Salah satu usaha atau bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), sektor kuliner tidak hanya menitik beratkan di satu sisi yaitu aspek makanan dan minuman yang disajikan, namun proses dan tahapan penyajian serta suasana pelayanan juga ikut memberikan kontribusi bagi terciptanya kepuasan pelanggan. Konsumen saat ini sangat dimanjakan pilihannya dalam menentukan kemana akan menjatuhkan pilihan tempat makan. Hampir di setiap jalan tersedia pilihan alternatif kuliner, mulai dari yang pedagang kaki lima, warung-warung makan, hingga restoran.

Dalam mengembangkan suatu bisnis atau usaha, kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat krusial dalam usaha mempertahankan dan mengembangkan usaha. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2008). Sedangkan menurut Kotler (2009) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan konsumen. Menurut Supranto (2006), mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Terdapat beberapa ciri-ciri konsumen puas menurut Kotler (2009)

diantaranya sebagai berikut loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketidak membeli merek lain. Kepuasan konsumen juga sulit diukur namun harus dicari dimensi dimensinya untuk mempermudah pengukurannya. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dimensi produk dan dimensi kualitas jasa pelayanan. Dimensi produk terdiri dari elemen-elemen yaitu variasi harga disertai indikator-indikatornya. Sedangkan dimensi kualitas jasa terdiri dari elemen-elemen yaitu keandalan, keresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud disertai indikator-indikatornya (Aliansyah & Hafasnuddin, 2012).

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat Indonesia saat ini. Karena keberadaannya dalam kegiatan dunia usaha dewasa ini semakin penting perannya dan sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat (Anggraeni, 2013). Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro, kecil, dan menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara (Undang-Undang No. 19 Tahun 2003). UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (Anggraeni, 2013).

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah. Di Surabaya banyak berkembang industri dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam, sehingga Surabaya merupakan tempat tumbuhnya berbagai macam bentuk industri yang salah satunya usaha “Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78” yang letaknya di Kecamatan Gubeng, tepatnya di Jalan

Karang Menjangan No. 78, Surabaya. Lokasi tempat makan tersebut sangat strategis, karena mudah dijangkau oleh konsumen. Pemilihan lokasi tempat makan biasanya didasarkan atas segmen pasar atau target pembeli. Lokasi tersebut sangat dekat dengan Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Airlangga, sehingga sebagian besar dari konsumen tempat makan tersebut adalah mahasiswa.

Ayam Kremes Suroboyo 78 adalah sebuah tempat makan yang cukup populer di Surabaya, terutama pada kalangan mahasiswa. Tempat makan ini terkenal dengan hidangan ayam kremesnya, yang merupakan ayam goreng yang disajikan dengan taburan kremes atau remah-remah renyah di atasnya. Selain menu ayam kremes, terdapat menu lain yang diperjualbelikan di tempat makan tersebut, antara lain bebek kremes, udang kremes, lele kremes, bandeng kremes, dan rempele ati. Selain makanan, tempat makan ini juga menyediakan minuman, seperti es teh, teh hangat, es jeruk, jeruk hangat. Ayam Kremes Suroboyo 78 buka pada pukul 7 pagi hingga pukul 9 malam. Dalam sehari, tempat makan tersebut mampu menjual sebanyak 350-400 porsi tiap harinya.

RESEARCH METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cross sectional*. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode yaitu dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi. Data diperoleh melalui beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam bentuk kuesioner berupa pertanyaan terbuka dan tertutup, dilengkapi dengan wawancara terhadap beberapa responden dan narasumber yang dipandang relevan dan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh di lapangan melalui kuesioner dari wawancara langsung dengan responden. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian, seperti dari studi pustaka berupa literatur dan jurnal. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Spearman* dan *Mann-Whitney*.

Penelitian ini dilakukan pada Bulan April-Mei 2024 dengan lokasi penelitian di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling* atau disebut juga *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu

siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z \cdot P^2 (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor Tabel Z dengan confidence level 95% (1,96)

P = Standar Deviasi

d = Marjin Error (10%)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Dengan demikian jumlah sampel yang akan disurvei adalah 100 sampel.

RESULT AND DISCUSSION

Kuesioner digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan mengenai karakteristik responden, kesan dan tanggapan responden setelah mengunjungi Rumah Makan Ayam Kremes Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Pertanyaan-pertanyaan disajikan dengan soal isian dan soal pilihan ganda.

Tabel 1. Data Demografis Responden

Karakteristik Responden	Klasifikasi	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Usia	Remaja awal (12-16 tahun)	3	3
	Remaja Akhir (17-25 tahun)	91	91
	Dewasa Awal (26-35 tahun)	5	5

	Dewasa Akhir (36-45 tahun)	1	1
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	39
	Perempuan	61	61
Total		100	100

Berdasarkan jawaban dari 100 responden, data demografis responden dikelompokkan berdasarkan usia dan jenis kelamin. Usia diklasifikasikan menurut Kementerian Kesehatan RI tahun 2017 dan didapatkan hasil yaitu remaja awal (12-16 tahun) sebanyak 3 responden (3%), remaja akhir (17-25 tahun) sebanyak 91 responden (91%), dewasa awal (26-35 tahun) sebanyak 5 responden (5%), dan dewasa akhir sebanyak 1 responden (1%). Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin responden, laki-laki sebanyak 39 (39%) responden dan perempuan sebanyak 61 responden (61%).

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.44392614
Most Extreme Differences	Absolute	.363
	Positive	.363
	Negative	-.277
Test Statistic		.363
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1. dapat diketahui bahwa nilai sig. hasil uji normalitas sebesar 0. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tidak normal karena nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Dikarenakan data tidak normal, maka pengujian yang bisa dilakukan adalah menggunakan uji *spearman* dan *mann-whitney*. Uji *spearman* digunakan untuk menilai hubungan dari kedua variabel yang diujikan pada data tidak normal.

Sedangkan uji *mann-whitney* digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara kedua variabel pada data tidak normal.

Uji Korelasi Spearman

			Kesesuaian_Harga	Kep_Konsumen
Spearman's rho	Kesesuaian_Harga	Correlation Coefficient	1.000	.504**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Kep_Konsumen	Correlation Coefficient	.504**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 2. Uji Spearman Kesesuaian Harga dengan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 2. dapat diketahui nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kesesuaian harga dengan tingkat kepuasan konsumen. Arah hubungan dari hasil tersebut adalah positif atau searah. Hal tersebut dilihat dari hasil *correlation coefficientnya* yaitu sebesar 0,504. Dari hasil tersebut juga diketahui bahwa kekuatan korelasinya tergolong sedang (0,40 - 0,599).

			Kual_Pelayanan	Kep_Konsumen
Spearman's rho	Kual_Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.474**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Kep_Konsumen	Correlation Coefficient	.474**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 3. Uji Spearman Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 3. dapat diketahui nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen. Arah hubungan dari hasil tersebut adalah positif atau searah. Hal tersebut dilihat dari hasil *correlation coefficientnya* yaitu sebesar 0,474. Dari hasil tersebut juga diketahui bahwa kekuatan korelasinya tergolong sedang (0,40 - 0,599).

			Variasi_Menu	Kep_Konsumen
Spearman's rho	Variasi_Menu	Correlation Coefficient	1.000	.470**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Kep_Konsumen	Correlation Coefficient	.470**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Uji Spearman Variasi Menu dan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 4. dapat diketahui nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel variasi menu dengan tingkat kepuasan konsumen. Arah hubungan dari hasil tersebut adalah positif atau searah. Hal tersebut dilihat dari hasil *correlation coefficientnya* yaitu sebesar 0,470. Dari hasil tersebut juga diketahui bahwa kekuatan korelasinya tergolong sedang (0,40 - 0,599).

Uji Perbedaan *Mann-Whitney*

Tabel 2. Data Frekuensi Usia dan Kepuasan Konsumen

Karakteristik Responden	Klasifikasi	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Usia	Remaja (12-25 tahun)	94	94
	Dewasa (26-45 tahun)	6	6
Kepuasan Konsumen	Puas	98	98
	Tidak Puas	2	2
Total		100	100

Berdasarkan data dari 100 responden, pada variabel usia dan kepuasan konsumen kemudian diklasifikasikan kembali, untuk dapat di uji menggunakan *Mann-Whitney*. Pada variabel usia diklasifikasikan menjadi remaja dan dewasa, sedangkan pada kepuasan konsumen menjadi puas dan tidak puas. Sehingga didapatkan frekuensi sejumlah yang tertera dalam Tabel 2. Setelah dikelompokkan menjadi dua pada setiap variabelnya,

dilakukanlah uji *Mann-Whitney* untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan dari kedua variabel tersebut.

Ranks				
	Klas Usia	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kepu_Konsumen	Remaja	94	50.56	4753.00
	Dewasa	6	49.50	297.00
	Total	100		

Test Statistics ^a	
	Kepu_Konsu men
Mann-Whitney U	276.000
Wilcoxon W	297.000
Z	-.359
Asymp. Sig. (2-tailed)	.720

a. Grouping Variable: Klas_Usia

Gambar 6. Uji *Mann-Whitney* Usia dan Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 6. dapat diketahui nilai sig. lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,720. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel usia dan kepuasan konsumen tidak ada perbedaan secara signifikan. Hal tersebut berarti juga bahwa walaupun berbeda kalangan usia, tetap memiliki pendapat yang hampir sama mengenai kepuasan ketika makan di Rumah Makan Ayam Kremes Surabaya.

Tabel 3. Hasil Survei Perilaku Konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78

Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi (n)
Seberapa sering Anda mengunjungi rumah makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78?	Lebih dari sekali seminggu	6
	Seminggu sekali	17
	Sebulan sekali	23
	Kadang-kadang	28

	Jarang	26
Bagaimana pendapat Anda mengenai variasi menu yang ditawarkan?	Sangat memuaskan	23
	Memuaskan	70
	Kurang memuaskan	7
	Tidak memuaskan	0
Apa saja menu yang paling sering Anda beli?	Ayam kremes	86
	Bebek kremes	6
	Lele kremes	7
	Mujair kremes	0
	Lainnya : tempe kremes	1
Mengapa Anda membeli makanan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 daripada di tempat makan lainnya?	Harganya terjangkau	54
	Rasanya yang enak	24
	Terdapat beberapa variasi menu	0
	Dekat dengan kampus/tempat tinggal	22
Apa yang membuat Anda merasa nyaman saat makan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78?	Rasa	4
	Harga	16
	Rasa dan Harga	78
	Lainnya : tempat	1

	Lainnya : tersedia pembayaran non-tunai	1
Apakah Anda merasa harga di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan?	Sangat sesuai	30
	Sesuai	68
	Kurang sesuai	2
	Tidak sesuai	0
Bagaimana kesan Anda terhadap kebersihan dan kenyamanan lingkungan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78?	Sangat bersih dan nyaman	3
	Bersih dan nyaman	52
	Kurang bersih dan nyaman	43
	Tidak bersih dan nyaman	2
Seberapa puas Anda dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78?	Sangat tidak puas	0
	Tidak puas	1
	Puas	84
	Sangat puas	15
Seberapa puas Anda dengan makanan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78?	Sangat tidak puas	0
	Tidak puas	2
	Puas	85
	Sangat puas	13
Apakah ada yang perlu ditingkatkan dari	Ya	53

Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo
Karmen 78?

Tidak

47

Berdasarkan Tabel 3. pada pertanyaan pertama menanyakan frekuensi responden dalam mengunjungi Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Responden paling banyak mengunjungi rumah makan dengan frekuensi kadang-kadang yaitu sebanyak 28 responden (28%), diikuti dengan sebanyak 26 responden (26%) yang berkunjung jarang, 23 responden (23%) yang berkunjung sebulan sekali, 17 responden (17%) yang berkunjung seminggu sekali, 6 responden (6%) yang berkunjung lebih dari sekali seminggu. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden tidak sering mengunjungi Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Pertanyaan kedua dalam Tabel 3. menanyakan pendapat responden terhadap variasi menu yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Responden paling banyak merasa puas yaitu sebanyak 70 responden (70%), diikuti dengan jawaban responden yang merasa sangat puas sebanyak 23 responden (23%), kurang puas sebanyak 7 responden (7%), dan tidak ada responden yang merasa tidak puas. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas akan variasi menu yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Pada pertanyaan ketiga dalam Tabel 3. menanyakan jenis menu yang paling sering responden beli di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Dari lima menu yang disediakan, menu yang paling banyak dibeli oleh responden yaitu ayam kremes sebanyak 86 responden (86%), diikuti dengan lele kremes sebanyak 7 responden (7%), bebek kremes sebanyak 6 responden (6%), tempe kremes sebanyak 1 responden (1%), dan tidak ada responden yang membeli mujair kremes.

Berdasarkan Tabel 3. pada pertanyaan keempat menanyakan alasan responden membeli produk di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 daripada di tempat makan lainnya. Alasan yang paling banyak yaitu karena harganya terjangkau sebanyak 54 responden (54%), diikuti dengan alasan lainnya yaitu rasanya yang enak sebanyak 24 responden (24%), dekat dengan kampus/tempat tinggal sebanyak 22 responden (22%), dan tidak ada responden yang menjawab dengan alasan terdapat beberapa variasi menu. Harga yang diberikan Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 mulai dari Rp. 8.000 hingga Rp. 18.000. Mungkin, hal tersebut yang mendasari sebagian besar responden memilih alasan harga yang terjangkau.

Pertanyaan kelima pada Tabel 3. menanyakan hal apa yang membuat responden nyaman saat makan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Responden paling banyak memilih jawaban rasa dan harga yaitu sebanyak 78 responden (78%), diikuti dengan harga sebanyak 16 responden (16%), rasa sebanyak 4 responden (4%), dan terdapat jawaban tambahan dari responden yaitu tempat sebanyak 1 responden (1%), dan pembayaran dapat menggunakan QRIS sebanyak 1 responden (1%).

Pada pertanyaan keenam dalam Tabel 3. menanyakan mengenai harga di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 apakah sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan. Responden paling banyak memilih jawaban sesuai yaitu sebanyak 68 responden (68%), diikuti dengan sangat sesuai sebanyak 30 responden (30%), kurang sesuai sebanyak 2 responden (2%), dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak sesuai.

Berdasarkan Tabel 3. pada pertanyaan ketujuh menanyakan mengenai kebersihan dan kenyamanan dari Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 Responden paling banyak memilih jawaban bersih dan nyaman yaitu sebanyak 52 responden (52%), diikuti dengan kurang bersih dan nyaman sebanyak 43 responden (43%), sangat bersih dan nyaman sebanyak 3 responden (3%), dan tidak bersih dan nyaman sebanyak 2 responden (2%).

Pada pertanyaan kedelapan dalam Tabel 3. menanyakan mengenai tingkat kepuasan terhadap pelayanan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Sebagian besar responden memilih jawaban puas, yaitu sebanyak 84 responden (84%), diikuti dengan sangat puas sebanyak 15 responden (15%), tidak puas sebanyak 1 responden (1%), dan tidak ada responden yang memilih jawaban sangat tidak puas. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Pada pertanyaan kesembilan dalam Tabel 3. menanyakan mengenai tingkat kepuasan saat makan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 dibandingkan dengan tempat lain. Sebagian besar responden memilih jawaban puas, yaitu sebanyak 85 responden (85%), diikuti dengan sangat puas sebanyak 13 responden (13%), tidak puas sebanyak 2 responden (2%), dan tidak ada responden yang memilih jawaban sangat tidak puas. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas ketika makan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Pertanyaan kesepuluh dalam Tabel 3. menanyakan mengenai perlu atau tidaknya peningkatan dari Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 Responden paling banyak memilih jawaban ya yaitu sebanyak 53 responden (53%), sedangkan sisanya sebanyak 47 responden (47%) memilih jawaban tidak. Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden menginginkan adanya peningkatan dari Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Pertanyaan terakhir merupakan soal isian yang menanyakan saran atau masukan untuk pihak Rumah Makan Ayam Kremes Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Dari 50 jawaban pada pertanyaan ini, saran yang diberikan paling banyak pada kondisi tempat Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 mulai dari kebersihan, tempat yang diperluas, menambahkan kipas angin supaya tidak panas dan pengap, kursi dan meja diperbanyak banyak, pencahayaan ditambahkan, area parkir diperluas, toilet diperbaiki, melarang datangnya pengamen karena mengganggu konsumen, serta ditambahkan area khusus merokok. Terkait pelayanan di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78, terdapat saran yaitu pelayanan harus lebih cepat, pesanan yang sesuai, dan menjaga keramahan. Selain itu, terdapat saran untuk memberikan nomor di meja ketika memesan agar memudahkan pelayan dalam menyajikan makanan. Saran selanjutnya yaitu untuk menu di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78 beberapa responden memberi saran untuk tidak mengurangi atau memperkecil porsi/ukuran menu dan variasi menu ditambah.

Hubungan Kesesuaian Harga dengan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji *Spearman* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig} < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesesuaian harga dengan tingkat kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi *spearman* adalah 0.504 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang moderat antara kesesuaian harga dan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan ketika konsumen merasa bahwa harga suatu produk sesuai maka tingkat kepuasan konsumen juga cenderung meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanila (2019) yang menggambarkan antara harga dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji *Spearman* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig} < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi *spearman* adalah 0 474 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang moderat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan ketika semakin banyak kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang

dihasilkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Kualitas pelayanan juga dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian Purwasih (2018) dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Variasi Menu dengan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji *Spearman* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai sig < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variasi menu dengan tingkat kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi *spearman* adalah 0.470 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang moderat antara variasi menu dan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan semakin beragam menu yang ditawarkan oleh sebuah tempat makan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Permata dan Nurdiono (2023) dapat diketahui bahwa variasi menu memiliki hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa sebanyak 70 konsumen (70%) merasa puas dengan menu makanan bervariasi dan 23 konsumen (23%) merasa sangat puas dengan menu makanan yang bervariasi di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

Hubungan Usia dengan Tingkat Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji *Mann-Whitney* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai yaitu 0,72 (sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel usia dan kepuasan konsumen tidak ada perbedaan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor usia tidak berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78. Penilaian positif dari konsumen, terlepas dari usia mereka, mengindikasikan bahwa kualitas makanan dan layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi sebagian besar pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan pelayanan yang diterapkan dapat dianggap berhasil dalam menjangkau berbagai kelompok usia secara merata.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesesuaian harga, kualitas pelayanan, dan variasi menu dengan tingkat kepuasan konsumen. Arah hubungan antar variabel juga menunjukkan arah hubungan positif sehingga dapat diartikan semakin sesuai harga produk, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, dan semakin bervariasi menu yang tersedia maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, pada uji *Mann-Whitney* dapat diketahui bahwa faktor usia tidak berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Kremes Suroboyo Karmen 78.

REFERENCES

- Aliansyah, T., & Hafasnuddin, S. (2012). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank aceh syariah cabang banda aceh. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 32-39.
- Amir, M Taufik. (2008). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Hanila, S., & Hidayat, R. (2019). Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Perlengkapan Baju Sekolah Elis Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50-57.
- INDONESIA, P. R. (2003). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi kesembilan (edisi Indonesia). Prehalindo : Jakarta.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.

- Purwasih, R., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Batavia Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 16 (1).
- Permata, T. W. I., & Nurdiono, M. (2023). Analisis Varian Menu dan Kepuasan Konsumen Bakmi Jogja Gending Sari di Surabaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13492-13500.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2011. Pemasaran Strategi; Ed. III. CV. Andi Offset. Yogyakarta.