

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, VARIASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Resto Bebek Sawah Padang)

SKRIPSI



OLEH:

ILHAM AZIZ

2110011211103

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen*

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

PADANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, VARIASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Resto Bebek Sawah Padang)

Nama : Ilham Aziz
NPM : 2110011211103

Tim Penguji

Ketua

(Zeshasina Rasha, S.E., M.Si.)

Sekretaris

(Irda, S.E., MA.)

Anggota

(Dahlia Kamener, B.S., MBA., Ph.D.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 02 September 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan

(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.)



JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, VARIASI PRODUK DAN HARGA

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Resto Bebek Sawah Padang)

Oleh:

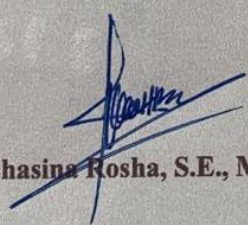
Nama : Ilham Aziz
NPM : 2110011211103

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 02 September 2025

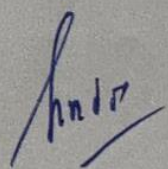
Menyetujui

Pembimbing

Ketua Program Studi



(Zeshasina Rosha, S.E., M.Si.)



(Linda Wati, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Resto Bebek Sawah Padang)**” merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 20 Agustus 2025



Ilham Aziz

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, VARIASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Resto Bebek Sawah Padang)

Ilham Aziz ; Zeshasina Rosha, SE, M.Si

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: ilhamaziz14022003@gmail.com ; zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, variasi produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Studi kasus dilakukan pada Resto Bebek Sawah Padang. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 110 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SMART-PLS 3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas layanan, variasi produk, harga, kepuasan pelanggan

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT VARIETY AND PRICE
ON CUSTOMER SATISFACTION***

(Resto Bebek Sawah Padang)

Ilham Aziz ; Zeshasina Rosha, SE, M.Si

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas
Bung Hatta*

E-mail: ilhamaziz14022003@gmail.com ; zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality, product variety and price on customer satisfaction. The case study was conducted at Resto Bebek Sawah Padang. The sample in this study consisted of 110 people with purposive sampling techniques. The data analysis method in this study uses SMART-PLS 3. The results of the study show that product and price variations have a positive effect on customer satisfaction, while service quality has no effect on customer satisfaction.

Keywords: service quality, product variety, price, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang **Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Resto Bebek Sawah Padang)**. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan suri tauladan yang baik bagi seluruh umat, khususnya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Zeshasina Rosha, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan berupa ilmu, petunjuk, serta saran-saran yang sangat penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada :

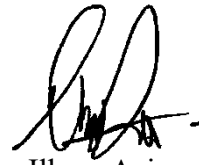
1. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan Ibu Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih S.E.,M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.Si dan Wiry Utami, S.E., M.Sc selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan, serta para karyawan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah membantu kelancaran administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Teristimewa penulis sampaikan kepada orang tua tercinta ibu Nurmaini dan ayah Razab atas cinta, doa, dan dukungan yang tak pernah padam. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah perjuangan ini. Skripsi ini adalah buah dari pengorbanan dan kasih sayang kalian yang tak ternilai.
6. Teruntuk yang tersayang ante Yelna Meria Sopiana dan uda Arif Prima Yoni yang selalu hadir dengan nasihat, tawa, dukungan, dan doa tiada henti selama penulis mengerjakan skripsi ini. Tanpa kehadiran dan motivasi dari mereka penulis tidak akan sampai di titik ini.
7. Kepada seseorang tak kalah penting kehadirannya Nurul Diana terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi, baik tenaga, waktu, maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
8. Semua teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat dan dukungan disaat penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi, yang dibuat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua Aamiin Allahumma Aamiin Ya Rabbal Alamiin. Terimakasih.

Padang, 20 Agustus 2025



Ilham Aziz

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
JUDUL SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1 1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
2.1 2 Pentingnya Kepuasan Pelanggan	24
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan.....	24
2.1.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25
2.2 Kualitas Layanan.....	26
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	26
2.2.2 Pentingnya Kualitas Layanan	27
2.2.3 Pengukuran Kualitas Layanan.....	28
2.3 Variasi Produk	29
2.3.1 Pengertian Variasi Produk.....	29
2.3.2 Unsur-Unsur Variasi Produk	30
2.3.3 Pengukuran Variasi Produk	32
2.4 Harga	32
2.4.1 Pengertian Harga.....	32

2.4.2	Pentingnya Harga.....	33
2.4.3	Pengukuran Harga.....	35
2.5	Pengembangan Hipotesis.....	35
2.5.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.5.2	Variasi Produk Terhadap Kepuasan pelanggan	37
2.5.3	Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.6	Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Objek , Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1	Kepuasan Pelanggan	41
3.4.2	Kualitas Layanan.....	42
3.4.3	Variasi Produk	43
3.4.4	Harga	44
3.5	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1	<i>Measurement Model Assessment</i>	45
3.5.2	Analisis Deskriptif	46
3.5.3	<i>R Square</i> (R^2)	48
3.5.4	<i>Structural Model Assessment</i>	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian.....	50
4.1.1	<i>Response Rate</i>	50
4.1.2	Profil Responden.....	51
4.1.3	<i>Measurement Model Assessment</i>	53
4.1.4	Analisis Deskriptif	60
4.1.5	<i>R Square</i> (R^2)	65
4.1.6	<i>Structural Model Assesment</i>	65
4.2	Pembahasan	68
4.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	68
4.2.2	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69

4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
BAB V PENUTUP		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi Hasil Penelitian.....	72
5.3	Keterbatasan Penelitian	73
5.4	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Resto Bebek Sawah Padang (Tahun 2024)	16
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Kepuasan Pelanggan Resto Bebek Sawah Padang	17
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	48
Tabel 3.2 Kriteria <i>R Square</i>	48
Tabel 4.1 Response Rate	50
Tabel 4.2 Profil Responden	51
Tabel 4.3 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> (Tahap 1)	54
Tabel 4.4 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> (Tahap 2)	55
Tabel 4.5 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>AVE</i>	56
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	57
Tabel 4.7 <i>Cross Loading Model</i>	58
Tabel 4.8 <i>Heterotrait-Mnonotrait</i> (HTMT) Model	60
Tabel 4.9 Kualitas Layanan	61
Tabel 4.10 Variasi Produk	62
Tabel 4.11 Harga	63
Tabel 4.12 Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4.13 Nilai <i>R Square</i>	65
Tabel 4.14 Nilai <i>Path Coefficient</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Structural Model Assesment	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	81
LAMPIRAN II TABULASI DATA	86
LAMPIRAN III RESPONSE RATE	95
LAMPIRAN IV PROFIL RESPONDEN	96
LAMPIRAN V ANALISIS DESKRIPTIF	97
LAMPIRAN VI <i>MEASUREMENT MODEL ASSESMENT</i>	99
LAMPIRAN VII NILAI <i>R SQUARE</i> (R^2)	105
LAMPIRAN VIII <i>STRUCTURAL MODEL ASSESMENT (SMA)</i>	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Izzuddin, 2020). Perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui variasi produk dan jasa yang berkualitas dan sesuai dengan harga yang ditawarkan .

Banyak restoran sekarang menjadi tempat yang ideal untuk pertemuan bisnis, serta acara spesial dengan teman, keluarga atau kerabat, seperti pernikahan, perayaan ulang tahun, dan pertemuan kembali cafe dan resto yang diminati oleh masyarakat yang selalu ramai saat pertama kali dibuka sampai sekarang yaitu Resto Bebek Sawah. Resto Bebek Sawah didirikan oleh bapak Agus Edi yang berlokasi

di Jl. Ir.H Juanda No.59.b, Flamboyan Baru, Kecamatan. Padang Barat, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 28 April 2023 dan memiliki 50 orang pegawai. Cafe dan Resto ini menyajikan berbagai menu makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh konsumen yang datang. Menu yang ditawarkan yaitu berupa berbagai macam olahan ayam, bebek, ikan dan *seafood*.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan Resto Bebek Sawah Padang saat ini. Datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Resto Bebek Sawah Padang
(Tahun 2024)

No	Bulan	Pelanggan(orang)
1	Januari	9.580
2	Februari	7.250
3	Maret	5.943
4	April	6.694
5	Mei	8.346
6	Juni	10.160
7	Juli	8.419
8	Agustus	7.168
9	September	6.172
10	Oktober	8.616
11	November	9.720
12	Desember	10.840
JUMLAH		98.908

Sumber : Hasil wawancara atas nama Rose, manajer Resto Bebek Sawah Padang

Berdasarkan data pada tabel dari Resto Bebek Sawah Padang, jumlah pelanggan resto ini tiap bulannya mengalami fluktuasi. Intensitas pelanggan Resto Bebek Sawah mengalami penurunan dan peningkatan yang tidak terduga, tetapi pelanggan terbilang cukup tinggi dan penurunan pada bulan tertentu tidak terlalu rendah. Pada tabel diatas juga dapat dilihat bahwa pelanggan menurun pada bulan

Juli 8.419 pelanggan, Agustus 7.168 pelanggan dan September 6.172 pelanggan terlihat terus meningkat pada bulan Oktober 8.6160 pelanggan, November 9.720 pelanggan dan Desember 10.840, dimana adanya hari spesial seperti *public holiday* dan tahun baru.

Berdasarkan jumlah pengunjung Restoran/Rumah Makan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang menjadi kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung tersebut. Di sisi lain, pesatnya pertumbuhan Restoran di Kota Padang tersebut telah menciptakan persaingan yang tinggi antara Resto Bebek Sawah dengan Restoran lainnya. Oleh karena itu, dalam menanggapi persaingan tersebut, Restoran haruslah bisa menangani tingkat penjualan sehingga bisa menguasai pasar.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei Kepuasan Pelanggan Resto Bebek Sawah Padang

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
1	Saya merasa puas terhadap makanan dan minuman di Resto Bebek Sawah.	6	20,00	4	13,33	5	16,67	12	40,00	3	10,00
2	Saya akan melakukan pembelian ulang pada Resto Bebek Sawah.	2	6,67	5	16,67	11	36,67	9	30,00	3	10,00
3	Saya akan merekomendasikan Resto Bebek Sawah kepada orang lain.	5	16,67	3	10,00	7	23,33	11	36,67	4	13,33
Rata-Rata		4	13,33	4	13,33	8	26,67	11	36,67	3	10,00

Sumber : Hasil Pra Survei (2025)

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden didapatkan bahwasannya responden merasa puas terhadap makanan dan minuman di Resto Bebek Sawah memberikan jawaban dengan kategori sangat setuju yakni 20%, setuju 13,33% responden, netral 16,67% responden, tidak setuju yakni 40% responden dan sangat tidak setuju 10%. Melakukan pembelian ulang pada Resto Bebek Sawah responden menjawab yakni sangat setuju yakni 6,67%, setuju 16,67% responden, netral 36,67% responden, tidak setuju yakni 30% responden dan sangat tidak setuju 10%. . Merekomendasikan Resto Bebek Sawah kepada orang lain responden menjawab yakni sangat setuju yakni 16,67%, setuju 10% responden, netral 23,33% responden, tidak setuju yakni 36,67% responden dan sangat tidak setuju 13,33%. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan jawaban responden tersebut bahwasannya terjadi fenomena dimana yang setuju dan tidak setuju yakni masing- masing 13,33% responden , netral yakni 26,67% responden, tidak setuju dan sangat tidak setuju yakni 46,67 responden. Jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan pada 4 bulan terakhir pada tahun 2024 selalu mengalami peningkatan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian terkait kepuasan pelanggan.

Tidak dapat disangkal bahwa tingkat penjualan dipengaruhi oleh permintaan konsumen, terutama dalam industri makanan dan minuman. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama bagi aktivitas bisnis, dan dianggap sebagai salah satu indikator terbaik untuk retensi dan loyalitas pelanggan (Haromain, 2019). Konsep kepuasan pelanggan telah dikenal dalam teori dan praktik pemasaran. Pelanggan menjadi tidak puas dan kecewa jika kinerja produk

tidak memenuhi ekspektasi jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas dan jika kinerja produk melebihi ekspektasi maka pelanggan senang.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan muncul ketika hasil yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Djaslim Saladin, 2003). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007)

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang menguntungkan dan jangka panjang dengan perusahaan (Haromain, 2019). Kualitas pelayanan diartikan sebagai kemampuan penyedia layanan untuk menyediakan barang atau jasa kepada pelanggannya (Chandra, 2020).

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang sebenarnya mereka terima (Amarin dkk, 2021). Kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pelanggan dengan barang atau jasa tersebut dikenal sebagai kualitas pelayanan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa apabila semakin baik kualitas layanan maka semakin baik pula keputusan pembelian dan sebaliknya jika buruk kualitas layanan maka semakin buruk pula keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Detika dkk, 2021) menyatakan bahwa kualitas layanan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variasi produk adalah unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian pada produk tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian produk lain (Hasibuan dkk, 2022). Dengan keragaman produk pesaing tidak akan bisa menyamai atau menjiplak karya dari perusahaan dengan seandainya karna memiliki ciri khas tersendiri dari produk-produk lain. Oleh karena itu keragaman produk sangat penting bagi perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Rismayanti, 2021) menyatakan bahwa variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Ake (2023) harga merupakan sejumlah nilai uang yang harus dibayarkan oleh pembeli atas pembelian suatu produk ataupun jasa yang untuk digunakan manfaat atau menggunakan produk maupun jasa. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal (Meithiana, 2020). Oleh karena itu kesesuaian harga sangat penting bagi perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Rahmawati, 2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini modifikasi dari penelitian Wijaya dkk (2023) dimana dalam penelitian tersebut yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini mengganti variabel bebas kualitas produk menjadi variasi produk dimana penambahan variabel ini didukung oleh penelitian (Ake, 2023) yang menemukan bahwa keragaman menu, kualitas pelayanan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian empiris dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Resto Bebek Sawah Padang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Bebek Sawah Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman sebagai salah satu referensi dalam ilmu manajemen pemasaran terkhusus keterkaitan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan, variasi produk dan harga.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pelaku usaha untuk lebih memahami perilaku konsumen terkhususnya kepuasan pelanggan pada jasa Resto Bebek Sawah Padang di masa yang akan datang.