



## PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN AB CHICKEN DI CIREBON)

Resa Uni Natulisiya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon

e-mail: [resauninatulisiya13@gmail.com](mailto:resauninatulisiya13@gmail.com)

**Accepted:** 14/12/2024; **Published:** 17/12/2024

### ABSTRAK

Di era globalisasi yang semakin meningkat didunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya dalam bisnis kuliner. Hal ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Dalam memenangkan persaingan ini perusahaan harus mampu memahami dan mempertahankan kebutuhan dan keinginan konsumen termasuk juga kesesuaian harga yang ditawarkan, dengan begitu akan dapat mempengaruhi kepuasan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen resto cepat saji AB Chicken Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen AB Chicken Cirebon. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 4.885 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 3.790 dan nilai signifikansi 0,001. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai 42.568 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Serta koefisien determinasi yakni 0,456 atau 45,6% hal ini berarti kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

### ABSTRACT

*In the era of increasing globalization, the business world is developing very rapidly, one of which is the culinary business. This causes very tight competition. In order to win this competition, companies must be able to understand and maintain consumer needs and desires and align the prices offered, thereby influencing consumer satisfaction. This research aims to analyze the influence of service quality and product price on consumer satisfaction at the AB Chicken fast food restaurant, Cirebon Regency. This research uses a quantitative associative method with data collection techniques through distributing questionnaires to AB Chicken consumers in Cirebon Regency. The type of data used in this research is primary data with a sample size of 100 respondents. Data analysis in this research uses multiple linear regression.*

*The research results show that service quality has a partial effect on consumer satisfaction. This is proven by a value of 4.885 and a significance value of 0.001. Price has a partial influence on consumer satisfaction with a value of 3.790 and a significance value of 0.001. Based on the simultaneous test results, it can be concluded that service quality and price have a joint influence on consumer satisfaction. This is indicated by a value of 42.568 and a significance value of 0.001. And the coefficient of determination is 0.456 or 45.6%, this means that consumer satisfaction can be explained by the variables of service quality and price.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin meningkat ini nyatanya memberikan pengaruh terhadap perkembangan di dunia bisnis yang begitu pesat, salah satunya bisnis dibidang makanan cepat saji, perkembangan usaha yang sangat pesat ini berdampak pada peningkatan usaha yang sama, hal ini mengakibatkan kompetisi yang sangat ketat (Yelvita, 2022). Dalam hal ini makanan yang terbuat dari olahan ayam sebagai contohnya. Hampir seluruh kalangan diberbagai lapisan masyarakat mayoritas memiliki kesukaan dengan makanan dari olahan ayam. Hal ini sebagaimana perkembangan bisnis kuliner yang bergerak pada olahan ayam (*fried chicken*) yang begitu pesat (Anjar, 2017). Pelaku usaha dipaksa untuk mampu dalam mempertahankan pasar dan mengalahkan pesaing lainnya. Untuk dapat mengalahkan pesaing dalam persaingan, perusahaan harus kompeten dan mempertahankan kebutuhan dan keinginan pelanggannya, dengan memiliki kemampuan untuk mengerti apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh pelanggan, dengan begitu akan menambah wawasan yang sangat penting untuk perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran supaya mampu mewujudkan kepuasan bagi pelanggannya (Yelvita, 2022).

Bukti fisik dari kemampuan perusahaan untuk membuktikan eksistensi kepada pelanggan dan lingkungan, merupakan komponen dari dimensi kualitas layanan. Selain itu, daya tanggap atau ketangguhan bisnis untuk membantu dalam memberikan layanan yang sangat cepat dan akurat terhadap konsumen serta memberikan informasi yang tepat sangat dibutuhkan, kesopanan para karyawan dan karyawan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan. Adanya empati atau kemampuan untuk bersikap perhatian yang sangat tulus yang diberikan terhadap pelanggan dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen memberi dampak positif terhadap kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang menjanjikan dengan secepatnya, akurat, memuaskan dan kepastian (Mutiara et al., 2020).

Selain keunggulan pelayanan, harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kesan konsumen terhadap harga, baik berlebihan atau rendah dan dapat diterima, memiliki dampak yang signifikan terhadap minat membeli dan kesenangan mereka (Maimunah, 2020). Menurut Tjiptono (2014) syarat yang wajib ditaati oleh suatu perusahaan supaya berhasil dalam persaingan yaitu dengan berusaha sampai pada tujuan untuk mempertahankan seluruh konsumennya. Untuk dapat sampai pada tujuan tersebut, seluruh perusahaan wajib bersinergi untuk memenuhi permintaan terhadap barang dan jasa yang pelanggan inginkan dengan harga yang wajar (Tijjang & Putra, 2020). Harga selalu menjadi bagian dari satu faktor penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ichsan & Nasution, 2022).

Bermula dengan adanya penawaran dari suatu produk barang dan jasa, dengan begitu konsumen dapat memastikan minat beli terhadap suatu produk (Tendur et al., 2021). Konsumen terkadang menggunakan harga sebagai ukuran untuk menentukan seberapa besar nilai kegunaan yang bisa dinikmati pada suatu barang atau jasa (Realino & Gula, 2023). Rencana penetapan harga yang kuat sangat penting untuk menarik perhatian konsumen (Sianipar et al., 2015).

AB Chicken adalah salah satu unit usaha dari Lembaga Pengembangan Dakwah Al

Bahjah (LPD Al Bahjah) dan juga salah satu program usaha unggulan yang di inisiasi Komunitas Pengusaha dan Professional Al Bahjah (KPPA) dengan mensinergikan kekuatan yang dimiliki para pejuang Al Bahjah dalam kompetensi di *core bussines food and beverge*. AB Chicken mengusung makanan cepat saji bernuansa islami. AB Chicken berdiri sejak 6 Agustus 2017, hingga kini AB Chicken telah memiliki 39 resto yang tersebar di Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan, Jabodetabek, Bandung, Cianjur. Berikut data penyebaran resto AB Chicken Kabupaten Cirebon:

**Tabel 1**  
**Data Penyebaran Resro AB Chicken**

Sebaran Wilayah	Jumlah Resto	Sebaran Wilayah	Jumlah Resto
Kota/Kab. Cianjur	4 Resto	Kota/Kab. Cirebon	26 Resto
Kota/Kab. Kuningan	1 Resto	Kota/Kab. Indramayu	3 Resto
Kota/Kab. Brebes	1 Resto	Kota/Kab. Majalengka	2 Resto
Kota/Kab. Bandung	2 Resto		

Sumber : albahjah.or.id

Dari 26 cabang yang ada di Kota dan Kabupaten Cirebon tersebar ke beberapa daerah yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Daftar Resto AB Chicken Cirebon**

AB Chicken Pondok	AB Chicken Trusmi	AB Chicken Klayan
AB Chicken Bunut	AB Chicken Jamblang	AB Chicken Losari
AB Chicken Pamijahan	AB Chicken Sendang	AB Chicken Cideng
AB Chicken Megu	AB Chicken Perjuangan	AB Chicken Perumnas
AB Chicken Talun	AB Chicken Argasunya	AB Chicken Klenganan
AB Chicken Sumber	AB Chicken Ciwaringin	AB Chicken Setu Kulon
AB Chicken Palimanan	AB Chicken Bode Lor	AB Chicken Tengah Tani
AB Chicken Kedawung	AB Chicken Celancang	AB Chicken Lebak
AB Chicken Arjawinangun	AB Chicken Gombang	

Sumber : albahjah.or.id

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwasannya AB Chicken ini telah memiliki banyak cabang diberbagai daerah, khususnya di Ciayumajakuning. AB Chicken juga terbagi kedalam 3 golongan yaitu berbentuk boots, resto medium dan juga resto yang besar. Beberapa diantara resto besar yaitu AB Chicken cabang Pondok, Kedawung, Talun, Megu, Perumnas dan Pamijahan. Untuk resto medium sendiri diantaranya ada pada cabang Tengah Tani, Perjuangan, Sumber dan yang lainnya. Sementara untuk boots ini biasanya digunakan hanya untuk event-event tertentu saja.

Kabupaten Cirebon menjadi wilayah dengan jumlah outlet/ruko AB Chicken terbanyak dibandingkan dengan wilayah lain. Di Cirebon terdapat 26 outlet yang tesebar di berbagai daerah. Selain wilayahnya yang cukup strategis dengan minat beli masyarakat yang tinggi, hal

ini juga disebabkan karena Cirebon menjadi pusat pendirian AB Chicken. Dimana kantor pusat AB Chicken ini terdapat di Kecamatan sumber tepatnya di Pondok Pesantren Al Bahjah.

Resto ini menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Perbedaan atau keunikan yang dimiliki oleh AB Chicken ini dibandingkan dengan resto dengan produk *fried chicken* lainnya yaitu terletak pada varian atau variasi menu yang lebih banyak sebagai alternatif pilihan. Dalam hal ini juga AB Chicken memiliki ciri khas tersendiri dalam proses pengolahannya yaitu pada saat ayam tersebut selesai dimasak tidak langsung disajikan di atas piring, melainkan ditiriskan terlebih dahulu selama beberapa menit lalu dimasukkan ke dalam warmer. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk mengurangi jumlah kolestrol pada daging ayam tersebut. Kemudian, yang berbeda dari AB Chicken ini juga terletak pada saus signaturanya. Dimana saus signature ini merupakan saus yang dibuat dengan resep khusus dan tidak dimiliki oleh resto yang lain. Tidak hanya itu, AB Chicken juga sangat aktif di media sosial yang selalu update semua informasi tentang produk maupun promo.

Pelanggan mempertimbangkan berbagai faktor saat memilih restoran. Mereka yang berkecimpung di industri restoran harus terus berusaha untuk memenuhi persyaratan yang memengaruhi pertimbangan pelanggan, baik yang terkait dengan harga maupun kualitas layanan. Dengan begitu, mereka dapat memastikan kepuasan pelanggan. Penting untuk menjembatani kesenjangan antara harapan pelanggan dan harga yang dibebankan oleh restoran. Kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan juga harga suatu produk dengan apa yang didapatkan, apabila dibiarkan terus-menerus maka akan menurunkan kepercayaan pelanggan.

Dari penjelasan diatas tersebut penulis menekankan pentingnya harga dan layanan konsumen. Sehingga peneliti mengambil yang sesuai dengan topik yaitu **“Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Survei pada AB Chicken di Cirebon)”**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, survei lapangan dan observasi yang dilakukan di lokasi penelitian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen AB Chicken yang dipilih dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Metode analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis korelasi, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS v.29.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Sejumlah 100 orang pengunjung restoran cepat saji AB Chicken di Cirebon yang berkunjung dan melakukan pembelian dijadikan sebagai responden pada penelitian ini. Dilakukan dengan mendatangi langsung responden dan memberikan kuesioner kepada mereka, peneliti bisa mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut. Jenis kelamin, usia, dan pekerjaan menjadi karakteristik responden yang menjadi bagian didalam penelitian ini. Tabel berikut ini memberikan informasi lebih jelas mengenai tanggapan yang diberikan responden berdasarkan hasil penyebaran kuesioner:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan jenis kelamin responden atau konsumen AB Chicken:

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Total	100	100%

Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Tabel 3 menjelaskan bahwa dari 100 responden yang ditetapkan sebagai sampel penelitian, 31 (31%) adalah laki-laki dan 69 (69%) adalah perempuan. Dengan demikian, berdasarkan data tersebut sebanyak 69 orang (69%) atau mayoritas responden adalah perempuan.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
15-20 Tahun	13	13%
20-25 Tahun	59	59%
25-30 Tahun	8	8%
> 30 Tahun	20	20%
Total	100	100%

Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Pada tabel 4 diatas terlihat dari 100 responden atau konsumen Ayam AB Cirebon terlihat responden dengan kelompok umur 15-20 tahun sejumlah 13 orang (13%), kelompok umur 21-25 tahun sebanyak 59 orang (59%), berusia 25-30 tahun. 8 orang (8%) dan 20 orang berusia >30 tahun (20%). Dengan demikian, jumlah responden terbanyak berdasarkan kriteria umur yaitu responden yang berumur antara 20-25 tahun.

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pada tabel dibawah ini dapat dikelompokkan responden berdasarkan kriteria pekerjaan terbagi ke dalam 4 kelompok yaitu:

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
Pelajar/ Mahasiswa	49	49%
Pegawai Swasta	24	24%
Wiraswasta	7	7%
Lainnya	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Pada tabel 5 dapat dilihat dengan jelas pekerjaan responden adalah pelajar sebanyak 49 orang (49%), bekerja di swasta sejumlah 24 orang (24%), wiraswasta sejumlah 7 orang (7%), dan sebagai pengusaha sebanyak 20 orang (20%) lainnya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa konsumen resto cepat saji AB Chicken terbanyak berdasarkan klasifikasi pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa, maka dari itu punya peluang besar pada segmentasi mahasiswa.

## 2. Hasil Analisis Data

### a. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.012	1.747		1.152	.252		
	Kualitas Pelayanan	.374	.077	.435	4.885	<,001	.691	1.447
	Harga	.394	.104	.338	3.790	<,001	.691	1.447

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah, 2024

Sebagaimana pada tabel 6 terlihat persamaan regresi linier yang menggambarkan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagaimana dibawah ini:

$$Y_1 = 2,012 + 0,435 X_1 + 0,338 X_2$$

Dari hasil perhitungan dapat diartikan sebagai berikut::

- 1) a sebesar 2,012, jika variabel independen memiliki nilai yang konstan, maka begitu pula dengan kepuasan konsumen AB Chicken akan positif.
- 2)  $\beta_1$  sebesar 0,435 variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen pada AB Chicken Cirebon. Dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan semakin baik maka akan semakin baik pula tingkat kepuasan konsumen.
- 3)  $\beta_2$  sebesar 0,338 variabel harga memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada AB Chicken Cirebon. Dapat disimpulkan jika harga semakin baik atau kompetitif maka akan semakin baik pula perkembangan tingkat kepuasan konsumen. Apabila dijabarkan lebih jelasnya, perubahan harga akan berpengaruh terhadap kepuasan. Dalam hal ini, semakin murah harga yang ditawarkan maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya.
- 4) Sebagaimana dari hasil regresi diatas, dinyatakan bahwa nilai beta dari variabel kualitas layanan sebesar 0,435 lebih besar dibandingkan dengan variabel harga yaitu 0,338 artinya dalam hal ini kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap tingkat kepuasan konsumen dibandingkan variabel harga produk.

### b. Hasil Uji Hipotesis

#### 1) Uji T (Parsial)

Mencari tahu apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen adalah tujuan dari uji t. Berikut temuan uji t dari penelitian ini.:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.012	1.747		1.152	.252
	Kualitas Pelayanan	.374	.077	.435	4.885	<,001
	Harga	.394	.104	.338	3.790	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: SPSS versi 29.0 (Data Diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Sesuai dengan analisis regresi yang didapatkan untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh T hitung sebesar  $4,885 > T$  tabel  $1,660$  dengan tingkat signifikan  $0,001$ , yang berarti  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada resto cepat saji AB Chicken Cirebon. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dinyatakan diterima, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen resto cepat saji AB Chicken Cirebon.
- Sebagaimana hasil regresi yang diperoleh, untuk variabel harga didapatkan T hitung sebesar  $3,790 > T$  tabel  $1,660$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001$  yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan demikian terjadi pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel harga dengan variabel kepuasan konsumen pada resto cepat saji AB Chicken Cirebon. Dengan begitu hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

## 2) Uji F (Simultan)

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	735.875	2	367.938	42.568	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	838.414	97	8.643		
	Total	1574.289	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: SPSS versi 29.0 (Data Diolah, 2024)

Hasil Tabel 8 menjelaskan bahwa pada tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  uji kelayakan model (Uji F) menghasilkan nilai F hitung sebesar  $42,568 > F$  tabel  $3,94$ . Model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen pada restoran cepat saji AB Chicken di Cirebon karena nilai probabilitasnya kurang dari  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pada restoran cepat saji AB Chicken di Cirebon

variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen secara bersamaan.

### 3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.684	.467	.456	2.93997	1.843
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: SPSS versi 29.0 (Data Diolah, 2024)

Tabel 9 diatas mengungkapkan bahwa uji koefisien determinasi menghasilkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,456. Dengan begitu variabel harga dan kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 45,6% terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji AB Chicken di Cirebon, dan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh variabel diluar ruang lingkup penelitian.

### 3. Pembahasan

#### a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diatas melalui analisis regresi linear berganda dan uji instrumen maka dapat dijabarkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada resto cepat saji AB Chicken di Cirebon. Dengan begitu dapat diinterpretasikan semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen tentunya dalam kualitas yang baik juga diperlukan beberapa indikator yang menjadi alat ukur dalam mencapai kepuasan konsumen.

Dalam praktiknya untuk mencapai kepuasan konsumen tidak selalu sesuai, terdapat berbagai pertimbangan dalam mengukur tingkat kepuasan seperti kualitas pelayanan dalam bentuk fisik (*Tangible*), atau sesuatu yang dapat dilihat dan dimanfaatkan oleh konsumen. Penampilan karyawan yang rapih serta professional akan memberikan kesan yang menarik para konsumen sehingga akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu juga, konsumen pada resto AB Chicken di Cirebon sangat memperhatikan fasilitas yang diberikan, seperti adanya kamar mandi yang dijamin kebersihannya, tersedianya area bermain, kebersihan area makan dan lain-lain karena hal-hal tersebut sangatlah penting untuk menjaga kenyamanan dan keamanan konsumen pada saat berkunjung ke resto cepat saji AB Chicken dengan begitu tingkat kepercayaan konsumen pun akan meningkat sehingga tercapainya kepuasan konsumen.

Selain itu juga, kepuasan konsumen dapat diukur melalui indikator keandalan. Dimana dalam penelitian ini dilihat dari kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap para konsumen dengan sepenuh hati dan juga kesungguhan para karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen. Dari hasil yang didapat pada penelitian ini, konsumen AB Chicken akan merasa puas apabila para karyawan memiliki kesungguhan dalam memberikan pelayanan dan informasi yang jelas serta mengutamakan kepentingan konsumennya.

Begitu juga dengan ketanggapan, menjadi sesuatu yang penting terutama bagaimana para karyawan AB Chicken ini mampu memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Dalam hal ini dapat diinterpretasikan bahwasannya apabila pelayanan yang

diberikan oleh karyawan sesuai dengan waktu yang ditetapkan atau tidak menyebabkan konsumen menunggu terlalu lama maka akan mempengaruhi kepercayaan konsumen di resto cepat saji AB Chicken di Cirebon. Tentunya, perusahaan harus memperhatikan hal ini karena dengan begitu akan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya.

Hal yang tak kalah penting untuk dapat memberikan kepuasan konsumennya adalah jaminan (*assurance*), bagaimana AB Chicken ini dapat memberikan jaminan dalam hal konsistensi terhadap mutu produknya. Kesiapan AB Chicken dalam merespon setiap permintaan konsumennya menjadi tolak ukur dalam mencapai kepuasan konsumennya. Kemampuan untuk memahami serta mengerti apa yang diinginkan melalui permintaan konsumen tersebut apabila dapat ditangani dengan baik oleh resto cepat saji AB Chicken maka kepuasan konsumen pun akan meningkat.

Bagian terakhir dari pengukuran suatu pelayanan yang berkualitas atau tidak dapat dilihat dari empati, yang dalam penelitian ini mengungkapkan hasil bahwa karyawan yang memiliki konsistensi dalam bersikap sopan dan santun akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Artinya semakin konsisten karyawan AB Chicken dalam bersikap maka akan meningkatkan pula kepuasan konsumennya. Tidak hanya dilihat dari konsistensi dalam bersikapnya saja, dalam hal ini konsistensi AB Chicken dalam mempertahankan dan menjaga mutu produknya pun akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumennya. Sehingga perusahaan harus memiliki pemahaman yang cukup baik dalam hal ini untuk dapat mencapai kepuasan konsumennya.

Dengan demikian, terdapat lima indikator yang menjadi tolak ukur dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada resto cepat saji AB Chicken yang terdiri atas bukti fisik atau bentuk nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati. Dengan ini, apabila resto cepat saji AB Chicken dapat memenuhi indikator tersebut dengan baik itu artinya kualitas pelayanan yang diberikan pun akan sangat baik sehingga kepuasan konsumen akan meningkat dengan baik pula.

#### **b. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kesesuaian harga dengan kualitas menjadi faktor yang dapat menjadikan konsumen merasa puas. Faktanya banyak dari konsumen yang melakukan pembelian kembali apabila harga sesuai keinginan, semakin baik kebutuhan konsumen terpenuhi, maka akan mampu menciptakan kepuasan konsumennya. Semakin baik penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan ini akan dapat mencapai kepuasan para konsumennya.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian kali ini mengungkapkan penentuan harga yang baik dapat dilihat dari keterjangkauan harga yang ditawarkan. Apabila dijelaskan lebih mendalam konsumen resto cepat saji AB Chicken di Cirebon merasakan kepuasan apabila harga yang ditawarkan terjangkau diberbagai kalangan, artinya harga yang ditetapkan tidak hanya berpihak pada kelas ekonomi tertentu. Dengan begitu, harga yang ditawarkan oleh resto cepat saji dirasakan oleh konsumen sudah cukup terjangkau, namun harus selalu diperhatikan dengan baik sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumennya.

Selain itu, kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk juga menjadi suatu tolak ukur dalam meningkatkan kepuasan konsumennya. Apabila dipersepsikan bahwa konsumen resto cepat saji AB Chicken akan merasakan kepuasan apabila harga yang ditawarkan itu setara dengan kualitas produk yang diberikan. Hal ini dapat dari beberapa aspek seperti cita rasa produknya, porsi produknya dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, konsumen AB Chicken merasakan bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan dilihat dari hasil jawaban konsumen AB Chicken melalui penyebaran kuesioner, akan tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan dengan seksama sehingga kepuasan konsumen tetap meningkat.

Hal yang penting juga diperhatikan yaitu harga yang dapat bersaing. Dalam penelitian ini konsumen menilai bahwasannya harga yang dapat bersaing dilihat dari beberapa kriteria yaitu kemampuan suatu harga untuk bersaing dengan harga produk sejenis, harga produk yang lebih murah serta terdapat potongan harga. Dari hasil yang didapatkan, pada resto cepat saji AB Chicken harga yang ditawarkan sudah dirasa baik karena sudah standar dengan harga produk lain sejenis lainnya. Karena harga yang ditawarkan dianggap lebih murah dibandingkan dengan produk lainnya. Begitu juga dengan pemberian promo dirasa masih belum maksimal, artinya semakin banyak potongan harga yang diberikan maka kepuasan konsumen pun akan semakin meningkat. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi AB Chicken untuk mendapatkan kepuasan para konsumennya.

Hal yang penting lainnya yaitu kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan. Apabila harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan manfaatnya seperti mengenyangkan, sehat dan lain sebagainya sudah tentu akan meningkatkan kepuasan konsumennya. Pada resto cepat saji AB Chicken dirasakan sudah cukup baik artinya konsumen sudah merasa harga yang diberikan tersebut sudah sesuai dengan manfaatnya dengan begitu kepuasan konsumen dapat meningkat dengan baik. Namun, perusahaan harus selalu mempertahankan baik dari harga maupun manfaatnya agar kepuasan konsumen tercipta dengan sempurna.

Dari hasil analisis ini disimpulkan bahwa harga produk resto cepat saji AB Chicken Cirebon berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya yang melingkupi beberapa indikator sebagai tolak ukurnya yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produknya, harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan. Apabila resto AB Chicken mampu memahami dengan baik maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang lebih sempurna.

### **c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji AB Chicken di Kabupaten Cirebon merupakan variabel terikat yang secara simultan dipengaruhi oleh kedua variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan. Indikator kepuasan pelanggan, seperti memenuhi harapan, keinginan untuk mengunjungi kembali, dan bersedia merekomendasikan pada orang lain. Oleh karena itu, unsur yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain harga dan kualitas pelayanan.

Dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen digunakan indikator kesesuaian harapan pada konsumennya. Dalam hal ini kesesuaian kualitas pelayanan dan harga produk yang ditawarkan pada resto cepat saji AB Chicken berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Semakin merasakan kesesuaian harapannya atas kualitas pelayanan dan harga produk yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumennya. Dari hasil penelitian mengungkapkan bahwasannya kualitas pelayanan dan harga produk yang ditawarkan sudah cukup baik yang menimbulkan kepuasan konsumen pada AB Chicken di Cirebon. Akan tetapi sudah semestinya, resto cepat saji AB Chicken harus selalu mengupayakan yang terbaik dalam meningkatkan kepuasan konsumennya terutama melalui peningkatan kualitas pelayanan dan harga produknya.

Selain itu juga, konsumen yang merasa puas akan memiliki minat yang tinggi untuk kembali berkunjung, hal ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu minat untuk mengunjungi kembali karena pelayanan yang diberikan oleh para karyawannya memuaskan dan juga karena keuntungan atau nilai manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk tersebut. Dari hasil penelitian AB Chicken Cirebon melalui penyebaran kuisioner

bahwasannya konsumen AB Chicken sebagian besar memiliki minat yang tinggi diukur melalui dua aspek tersebut. Dengan demikian kualitas pelayanan dan harga produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh AB Chicken di Cirebon maka akan semakin meningkat pula minat konsumen untuk mengunjungi dengan begitu kepuasan konsumen juga akan meningkat. Hal yang tidak kalah pentingnya dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu melalui ketersediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam hal ini dilihat melalui dua aspek yaitu merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan transaksi pembelian terhadap resto cepat saji AB Chicken karena pelayanannya yang memuaskan dan juga ketersediaan untuk merekomendasikan karena keuntungan atau manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk. Dari hasil kuesioner yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagian besar konsumen bersedia untuk merekomendasikan resto cepat saji AB Chicken karena kualitas pelayanan serta harga produk yang didapatkan. Yang artinya semakin meningkat kualitas pelayanan dan juga harga produk yang ditawarkan maka akan dapat mempengaruhi ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari berbagai penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya dalam mengukur kepuasan konsumen diperlukan tiga indikator yaitu kesesuaian harapan, minat mengunjungi kembali dan ketersediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Dalam hal ini khususnya kualitas pelayanan dan dan harga produk, semakin baik kualitas pelayanan dan harga produk yang diberikan oleh resto cepat saji AB Chicken maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumennya

Diungkapkan pula bahwa kedua variabel independen menyumbang sebesar 45,6% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, selebihnya 54,4% berasal dari variabel atau sebab lain di luar cakupan penelitian ini. Karena restoran cepat saji AB Chicken menawarkan harga dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhannya, maka penelitian ini mengungkapkan bahwa pada kedua faktor tersebut terdapat pengaruh yang cukup besar terhadap kebutuhan konsumen. Akan tetapi dilihat dari analisis regresi linear berganda dapat diidentifikasi dari kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan konsumennya dibandingkan dengan harga produk. Hal ini karena konsumen cenderung melihat apa yang dilihat dan apa yang dirasakannya.

Apabila sebuah resto yang menjual fried chicken mempunyai rata-rata harga yang mampu bersaing dengan resto sejenis lainnya maka tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi pada konsumen. Tidak hanya itu, kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumennya menjadi tolak ukur dalam hal tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh resto cepat saji AB Chicken di Cirebon maka semakin meningkatkan kepuasan konsumennya.
2. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin kompetitif harga dan murah yang ditawarkan pada resto cepat saji AB Chicken maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan semakin kompetitif harga yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adib, H. S. (2017). Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *Sains Dan Teknoogi*, 139–157.
- Anjar Sari, S. (2017). Fried Chicken Kaki Lima (Kajian Kebiasaan dan Selera Makan Pada Masyarakat Perkotaan di Bandar Lampung). 1–14.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Dewi, D., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., & Syauki, W. R. (2022). Teori Perilaku Konsumen.
- Ghofur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal Manajemen*.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.
- Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Realino, D., & Gula, V. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional). 1(4), 68–81.
- Saputra, A. J. (2021). *Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications for Customer Loyalty at Aston Pluit Hotel & Residence Jakarta*. 2(1), 71–84.
- Sugiarto. (2016). pengaruh kualitas dan harga produk. 4(1), 1–23.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Sujarweni, v. W. (2022). metodologi penelitian bisnis dan ekonomi.
- Tantri, T. A. dan F. (2016). Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada.
- Wibowanti, J. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Management*, 8.
- Widyatama, S. (2018). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 22–60.

Wirantasa, U. (2017). Pengaruh Kedisiplinan Siswa Terhadap Prestasi Belajar Matematika.  
Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA, 7(1), 83–95.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)