



## Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat)

Yuli Rahmawati<sup>1\*</sup>, Christine C. Widayati<sup>2</sup>, Didin Hikmah Perkasa<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, Email: [11119106@mahasiswa.undira.ac.id](mailto:11119106@mahasiswa.undira.ac.id)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia, Email: [christinewijaya3@yahoo.co.id](mailto:christinewijaya3@yahoo.co.id)

<sup>3</sup> Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, Email: [didin.hikmah.perkasa@undira.ac.id](mailto:didin.hikmah.perkasa@undira.ac.id)

\*Corresponding Author: [11119106@mahasiswa.undira.ac.id](mailto:11119106@mahasiswa.undira.ac.id)

**Abstract:** *This research is motivated by a decrease in the level of customer satisfaction at the Meruya branch of Street Sushi restaurant caused by a lack of taste, price and service quality. The purpose of this study was to determine taste on customer satisfaction, to determine price on service quality and to determine service quality on customer satisfaction at the Meruya branch of Street Sushi restaurant. The approach that researchers use in this study is quantitative. The population of this study were consumers of the Meruya branch of Street Sushi restaurant who had bought sushi at least 2 times in 3 months and the sample used was 140 people. The data collection technique in this study was the Component or Variance Based Structural Equation Model using the PLS version of the Partial Least Square (Smart-PLS) program. The results of the study stated that taste had a positive and significant effect on customer satisfaction, price had a positive and significant effect on customer satisfaction and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at the Meruya branch of Street Sushi restaurant.*

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

**Abstrak:** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya tingkat kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya yang disebabkan oleh kurangnya cita rasa, harga dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cita rasa terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui harga terhadap kualitas pelayanan dan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruy. Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen resto Street Sushi cabang Meruya yang sudah membeli

sushi sebanyak minimal 2 kali dalam 3 bulan dan sampel yang digunakan adalah sebesar 140 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* menggunakan program *Partial Least Square (Smart-PLS)* versi PLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya.

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

## PENDAHULUAN

Akibat berkembangnya waktu berbagai bisnis terlihat dari maraknya industri kuliner yang menawarkan konsep terkini seperti *fast food*, *family restaurant*, *franchise*, *booth* untuk *bistro* dan kafe. Tidak hanya produk makanan dan minuman Indonesia, saat ini dunia kuliner diwarnai oleh makanan dan minuman dari internasional serta campuran makanan dan minuman dari Indonesia dan internasional (Ardiansyah, 2021). Bisnis restoran cepat saji menjadi tren yang dibutuhkan para pengusaha, meskipun membutuhkan kerja keras, saat ini banyak pengusaha di industri makanan yang berhasil, meskipun banyak pesaing (Kirana, 2018).

Perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran untuk mengembangkan, mempertahankan atau meningkatkan kesetiaan konsumen, bahwa perusahaan harus terus-menerus bertindak untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Jika konsumen puas, merasa aman dan kemudian mempercayai merek tersebut, mereka akan membelinya di masa depan, dengan kata lain melakukan pembelian kembali sebagai perilaku loyal (Wuryandari, 2020).

Salah satu perusahaan kuliner berupa makanan cepat saji yaitu dari PT Kuliner Jalanan Grup Indonesia, resto Street Sushi bukan hanya satu-satunya restoran cepat saji yang berada di daerah tersebut, banyak yang menjadi pesaing resto Street Sushi. Contohnya Sushi Cuy, Sushi Me, Soji Sushi, OTW Sushi dan restoran cepat saji lainnya. Berikut ini merupakan beberapa data restoran yang ada Jakarta Barat:

**Tabel 1. Data Restoran Cepat Saji Sushi di Jakarta Barat (Dine In dan Take Away)**

Perusahaan	Store
Street Sushi	3
Sushi Cuy	3
Sushi Me	2
Soji Sushi	1
OTW Sushi	1

Sumber: Website Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta Tahun 2022

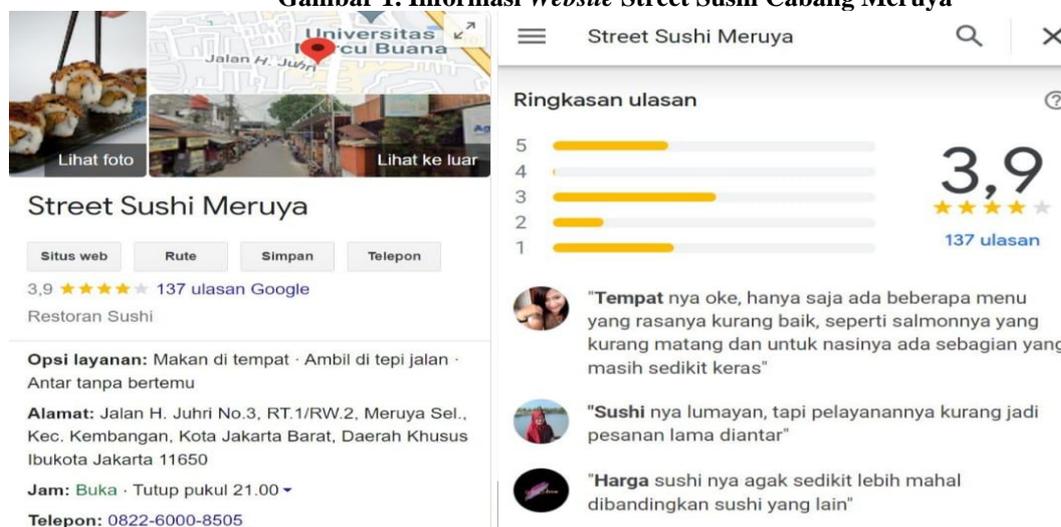
Restoran sushi yang berada di Jakarta Barat mempunyai satu atau paling banyak tiga cabang resto sushi yang berada di Jakarta Barat pada tahun 2022. Resto Street Sushi membuka cabang di Jakarta Barat lebih dari satu tentunya agar memudahkan calon konsumen yang berada di Jakarta Barat untuk mengkonsumsi produknya. Makanan dengan nilai rasa yang tinggi akan menarik banyak konsumen, sehingga konsumen mencoba membeli produk tersebut. Selain cita rasa, kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh harga yakni jika produk tidak terlalu mahal maka konsumen tidak membutuhkan terlalu banyak waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen (Perkasa *et al.*, 2021). Konsumen yang membeli produk dengan uang juga mengharapkan pelayanan yang baik, kualitas pelayanan yang merupakan tingkat keunggulan dengan apa yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan konsumen (Widayati *et al.*,

2020). Di restoran Street Sushi dapat menawarkan keunggulan dalam setiap produk mulai dari cita rasa, harga dan juga kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas, sedangkan kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia atau kecewa seseorang ketika mereka membandingkan persepsi mereka tentang kemampuan atau hasil produk dengan harapan mereka (Cesariana *et al.*, 2022).

Berkembangnya teknologi juga membuat konsumen lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat tentang pengalaman yang dirasakan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk dan juga jasa (Thung *et al.*, 2021). Suatu situs yang bisa mudah untuk melihat ulasan konsumen salah satunya yaitu web site yang di sediakan khusus untuk melihat ulasan konsumen, di dalam ulasan terdapat juga *rating* yang merupakan bagian ulasan dengan simbol untuk mengungkapkan pendapat konsumen (Simorangkir, 2022).

Beberapa ulasan yang diberikan konsumen kepada resto Street Sushi cabang Meruya melalui situs web. Situs web tersebut bisa memberikan ulasan terhadap pengalaman konsumen yang di rasakan setelah mengkonsumsi produk, berikut ini merupakan beberapa ulasan yang diberikan konsumen melalui situs *online* web resto Street Sushi cabang Meruya:

**Gambar 1. Informasi Website Street Sushi Cabang Meruya**



Sumber: *Website* Resto Street Sushi Cabang Meruya, 11 Maret 2023

Resto Street Sushi cabang Meruya mempunyai jumlah 137 ulasan dan *rating* 3.9 yang lebih dominan kepada ulasan dan *rating* negatif yang disebabkan konsumen masih kurang merasakan kepuasan pada resto Street Sushi cabang Meruya, ketidakpuasan konsumen berasal dari cita rasa sushi yang selalu berbeda, pelayanan sushi yang kurang terhadap konsumen dan juga harga yang lebih mahal dibandingkan kompetitor.

Permasalahan yang muncul melalui cita rasa, harga dan kualitas pelayanan. Berdasarkan informasi yang peneliti peroleh, resto Street Sushi cabang Meruya mendapatkan keluhan konsumen yang menyatakan bahwa tingkat kematangan pada ikan salmon di resto Street Sushi masih terasa kurang baik. Harga yang ditawarkan resto Street Sushi terbilang mempunyai harga yang jauh lebih mahal dibandingkan pesaing sushi lainnya. Serta kualitas pelayanan yang diberikan masih terbilang kurang baik dengan apa yang konsumen harapkan. Dampak ini juga memberikan pengaruh terhadap penjualan resto Street Sushi yang harus menurun di setiap bulannya. Ditambah lagi dengan adanya banyak pesaing kompetitor sushi lainnya. Banyaknya persaingan di antara banyak restoran atau tempat makan, yang menjadi masalah turunnya penjualan pada resto Street Sushi cabang Meruya sepanjang tahun 2022.

Peneliti terdahulu oleh (Sianturi *et al.*, 2021) menyatakan bahwa antara cita rasa dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian oleh (Ati & Hastuti,

2022) menyatakan bahwa pengaruh harga dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian oleh (Haryoko *et al.*, 2020) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan menurut penelitian (Tombeng *et al.*, 2019) hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, kepuasan konsumen masih menjadi isu penting karena implementasi yang dilakukan pihak restoran masih kurang baik sehingga membuat konsumen tidak puas terhadap pelayanan restoran tersebut. Bentuk kegiatan yang dilakukan sangat penting untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen. Namun demikian, sulit bagi peneliti untuk menemukan kajian kepuasan konsumen terhadap cita rasa, harga dan kualitas pelayanan khususnya pada perusahaan kuliner. Oleh karena itu, peneliti ingin mengisi celah penelitian yang terjadi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dibuatlah rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut: (1) Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? (2) Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? (3) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen??

Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui adanya pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen (2) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen (3) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen pelanggan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan konsumen**

Menurut (Rizky, 2022) Kepuasan konsumen merupakan penilaian terhadap kejutan yang ditimbulkan oleh pembelian produk dan pengalaman konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap tanggapan pelanggan seperti ketidakstabilan harapan pra-pembelian awal (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja produk aktual seperti yang diamati pada saat yang sama setelah menggunakan atau mengonsumsi produk ini.

Disisi lain, menurut (Idris *et al.*, 2019) Kepuasan konsumen merupakan perasaan suka atau tidak puas (kecewa) yg muncul ketika kesan yang akan terjadi produk dibandingkan menggunakan harapan. Sedangkan menurut (Meiliana & Yani, 2018) Kepuasan konsumen merupakan rancangan terpenting dalam pemasaran dan riset konsumen. Persepsi umumnya merupakan bahwa waktu konsumen suka dengan suatu produk atau merek, mereka lebih cenderung buat membeli dan menggunakannya, serta lebih mungkin buat memberi tahu orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka dengan produk tadi.

Menurut (Supranto, 2018) menyatakan bahwa terdapat lima indikator kepuasan konsumen, diantaranya ketanggapan pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyekuruh dengan jasa atau pelayanan.

### **Cita Rasa**

Menurut (Rizky, 2022) Cita Rasa adalah cara menentukan makanan, yang harus menonjol dari rasa makanan. *Flavour* ialah ciri makanan yang terdiri asal kenampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Menurut (Meiliana & Yani, 2018) Rasa adalah cara memastikan makanan, yang harus diseleksi dengan rasa makanan. Cita rasa adalah sifat makanan yang berupa kenampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Sedangkan menurut (Prasasti & Maisara, 2022) Cita rasa adalah cara untuk memilih makanan, yang harus dibedakan dengan rasa makanan. Cita rasa memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Untuk menarik minat konsumen untuk membeli, rasa sudah pasti di utamakan. Ketika cita rasa restoran tidak cukup memuaskan konsumen, maka konsumen akan mencoba mencari restoran lain.

Cita rasa menitikberatkan pada penilaian konsumen pada saat membeli makanan atau minuman, yang bersumber dari panca indera manusia, lebih tepatnya indra pengecap, dan juga berbeda dari bentuk atau tampilannya, bau, rasa, tekstur dan Suhu. Menurut (Jamal & Busman, 2021) Lima indikator dapat diterapkan untuk satuan ukur variabel cita rasa diantaranya, penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu.

### **Harga**

Menurut (Sianturi *et al.*, 2021) Harga merupakan beberapa uang yang akan diganti dengan suatu produk atau jasa. Menurut (Indrasari, 2019) Harga artinya nilai yang diterangkan dalam rupiah. namun dalam bentuk lain, harga merupakan jumlah yang bisa dibayar sang pembeli. pada hal ini, harga artinya cara penjual yang cepat untuk membedakan penawaran mereka dari penawaran pesaing. Sedangkan menurut (Prasasti & Maisara, 2022) Harga ialah perbandingan antar beberapa restoran dengan menu yang serupa akan tetapi harga yang bertentangan tentunya konsumen memilih untuk berbelanja di restoran dengan harga yang terbilang lebih murah untuk memperoleh produk yang sama.

Harga menitikberatkan pada sejumlah uang yang dapat ditebus sang konsumen menjadi nilai tukar untuk memperoleh keuntungan berasal barang atau jasa yang ditawarkan sang penyalur barang atau jasa. Harga pula suatu perbandingan dengan pesaing. Menurut (Indrasari, 2019), terdapat lima indikator harga yang mencirikan harga diantaranya, keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Putri, 2021) Kualitas bisa dipahami menjadi keadaan antusias yang berkaitan dengan produk jasa, insan, mekanisme dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan. Pelayanan adalah sikap Produsen buat memenuhi kebutuhan serta hasrat konsumen buat mencapai kepuasan pelanggan. Secara umum, kualitas layanan menunjuk di kepuasan yang tinggi dan pembelian ulang yang bertambah banyak. Sedangkan menurut (Hasrina, 2019) Kualitas pelayanan membandingkan apa yang di inginkan pada konsumen dengan layanan yang sebenarnya disediakan. Hal ini tentang seberapa besar perbedaan antara keinginan dan kenyataan pelayanan. Selain itu menurut (Hariaji & Iriyanto, 2019) kualitas pelayanan berdampak kepada kepuasan pelanggan, pada hal ini servis yang baik mempunyai dampak yang lebih besar kepada kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan bisa menghipnotis kepuasan konsumen sebab hubungan antara konsumen serta usaha. Kualitas pelayanan menitikberatkan hasil evaluasi kepada apa yang dialami sang konsumen. Kualitas pelayanan yang sampai ke konsumen dinyatakan menjadi kesenjangan antara harapan atau harapan konsumen terhadap persepsinya. pelayanan juga menjadi kegiatan atau aktivitas yang diusulkan oleh satu bagian kepada bagian lain yang intinya tidak berwujud serta tidak melibatkan harta benda. Menurut (Rizky, 2022) ada 5 indikator kualitas pelayanan diantaranya bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan empati.

### **Hipotesis**

Hipotesis penelitian adalah hipotesis yang diajukan oleh seorang peneliti berdasarkan kerangka konseptual. Pengertian hipotesis penelitian yang merupakan jawaban atau kesimpulan sementara terhadap permasalahan peneliti yang diyakini benar oleh peneliti (Sugiyono, 2021). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel cita rasa terhadap kepuasan konsumen

H2 : Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen

H3 : Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sekaran & Roger, 2017) adalah metode ilmiah yang datanya berupa angka yang dapat diolah dan dianalisis melalui perhitungan statistik. Teknik penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menentukan pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas (independent) dan satu variabel terikat (dependent).

Penelitian ini dilakukan sejak bulan September sampai dengan bulan Februari 2023. Penelitian ini dilaksanakan pada PT Kuliner Jalanan Grup Indonesia dengan Cabang Resto Street Sushi Meruya yang beralamat di Jalan H. Juhri, RT.3/RW.2, Meruya Sel, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan sifat tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari mana kesimpulan ditarik (Sugiyono, 2021). Berdasarkan definisi tersebut maka populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen dari resto Street Sushi cabang Meruya.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut (Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik dalam penentuan sampel yang mempunyai pertimbangan tertentu. Teknik purposive sampling memilih sampel sesuai aspek eksklusif yaitu orang-orang tertentu yang cocok menjadi asal data sesuai kriteria sampling yang diteliti (Sugiyono, 2021), maka peneliti mengambil kriteria responden yaitu Pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di resto Street Sushi cabang Meruya dalam kurun waktu 3 bulan.

Dikarenakan besarnya populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka besar sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus (Hair *et al.*, 2020) apabila jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui dari jumlah populasi pastinya dan menyarankan ukuran sampel minimal 5 sampai 10 kali lipat dari variabel indikator, jadi banyaknya indikator dalam penelitian ini diperoleh hasil 20 dikalikan 7 ( $20 \times 7 = 140$ ). Menggunakan perhitungan berdasarkan rumus Hair maka jumlah sampel yang diterima untuk penelitian ini adalah 140 konsumen.

Dalam proses pengumpulan data peneliti menggunakan metode kuesioner. Semua pertanyaan yang dimasukkan dalam survei harus terkait dan memberikan informasi tentang masalah yang sedang diteliti dan berkaitan dengan cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya Jakarta Barat.

### **Metode analisis Data**

Karakteristik responden yang akan dianalisis secara kuantitatif meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Setelah data penelitian dari kuesioner diisi oleh responden, maka akan dihitung jumlah frekuensi dan nilai persentasenya. Data yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel bersumber dari data primer berupa hasil dari penyebaran kuesioner. Variabel yang akan dideskripsikan meliputi variabel cita rasa, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Seperti yang dikemukakan oleh (Ghozali, 2018)

PLS-SEM ialah metode analisis yang *powerful* karena dapat digunakan pada semua skala data, tidak memerlukan banyak perkiraan, dan ukuran sampel tidak perlu besar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

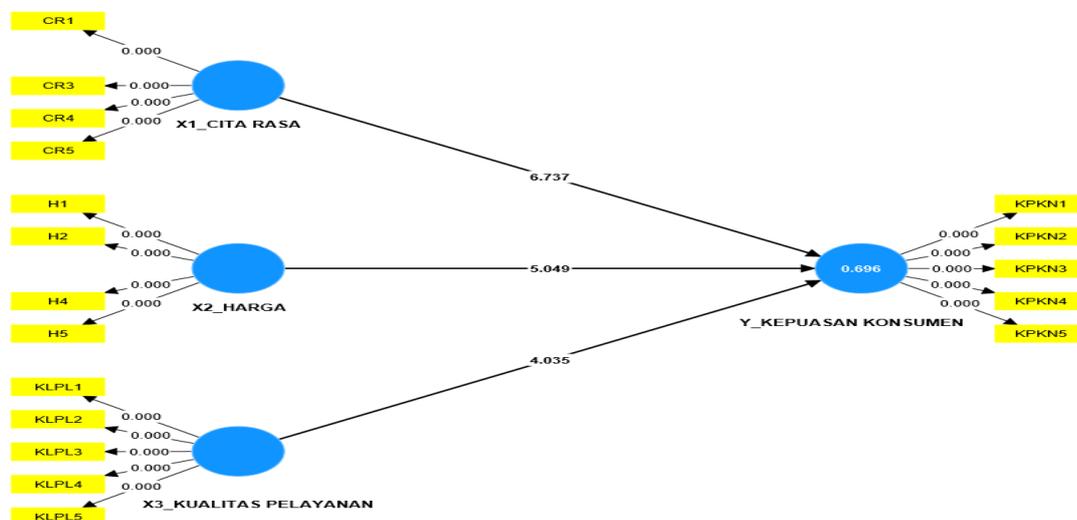
### 1) Hasil pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)

Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model *structural* harus signifikan. Nilai signifikan pada hipotesis ini dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Melihat signifikan pada hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T-statistik pada *algorithm bootstrapping report*. Untuk mengetahui signifikan atau tidak dilihat dari T-tabel pada alpha 0,05 (5%) = 1,96, kemudian T-tabel dibandingkan dengan T-hitung (T-statistik).

**Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis**

	Original Sample	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Keterangan
Cita Rasa -> Kepuasan Konsumen	0,540	0.080	6.737	<b>0.000</b>	Positif - Signifikan
Harga -> Kepuasan Konsumen	0,391	0.077	5.049	<b>0.000</b>	Positif - Signifikan
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Konsumen	0,196	0.049	4.035	<b>0.000</b>	Positif - signifikan

Sumber: Data penelitian diolah Smart Pls (2023)



**Gambar 2. Hasil Uji Bootstrapping**

Sumber: Data penelitian diolah Smart Pls (2023)

## Pembahasan Hasil Penelitian

### 1) Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Resto Street Sushi Cabang Meruya

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 6,737 nilai *original sample* sebesar 0,540 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Nilai *t-statistic* lebih besar dari *t-table* 1,96, nilai *original sample* menunjukkan nilai positif dan pada nilai *p-values* menunjukkan kurang dari 0,05. Hasil menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini dapat diartikan bahwa cita rasa mampu meningkatkan kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya. Cita rasa yang beraroma enak akan mengundang selera konsumen ketika memakannya di resto Street Sushi sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ati dan Hastuti (2022); Rahman dan Ridwan (2018); Sianturi *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **2) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Resto Street Sushi Cabang Meruya**

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 5,049 nilai *original sample* sebesar 0,391 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table* 1,96, nilai *original sample* menunjukkan nilai positif dan pada nilai *p-values* menunjukkan lebih dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini dapat dilihat bahwa harga mampu meningkatkan rasa kepuasan konsumen khususnya pada produk sushi. Apabila makanan sushi serta manfaatnya dapat diterima oleh konsumen sebanding dengan harga yang ditawarkan oleh resto Street Sushi cabang Meruya maka konsumen akan merasa puas.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurfalah *et al.*,(2020); Mariansyah dan Sayrif (2020) dan Krisdayanto *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Resto Street Sushi Cabang Meruya**

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai *t-statistik* sebesar 4,035 nilai *original sample* sebesar 0,196 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Nilai *t-statistik* lebih besar dari nilai *t-table* 1,96, nilai *original sample* menunjukkan nilai positif dan pada nilai *p-values* menunjukkan kurang dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan pada resto Street Sushi cabang Meruya mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada resto Street Sushi cabang Meruya. Kualitas pelayanan yang baik berupa ketanggapan dan respon yang tepat terhadap kebutuhan konsumen ketika berada di resto Street Sushi cabang Meruya dapat meningkatkan rasa kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mutiara *et al.*, (2020); Pebriantika *et al.*, (2019); dan Sukmawati (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada konsumen di resto Street Sushi cabang Meruya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini berarti apabila cita rasa di resto Street Sushi cabang Meruya enak atau meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
- 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini berarti apabila harga di resto Street Sushi cabang Meruya stabil maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

- 3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada resto Street Sushi cabang Meruya. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan di resto Street Sushi cabang Meruya bagus atau baik, maka tingkat kepuasan konsumen juga semakin meningkat.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang menjadi bahan pertimbangan bagi resto Street Sushi cabang Meruya maupun bagi peneliti selanjutnya:

- 1) Saran untuk resto Street Sushi cabang Meruya
  - a. Resto Street Sushi cabang Meruya harus meningkatkan tekstur pada sushi dengan memperhatikan setiap olahan bahan baku yang diolah menjadi sushi sesuai dengan standarnya.
  - b. Resto Street Sushi cabang Meruya harus meningkatkan promosi yang menggiurkan kepada konsumen dengan harga yang lebih terjangkau dari kompetitor sehingga konsumen merasa nyaman dengan harga yang ditawarkan.
  - c. Resto Street Sushi cabang Meruya harus meningkatkan fasilitas yang ada di resto Street Sushi cabang Meruya dengan memperhatikan kebersihan dan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk para konsumen.
- 2) Saran untuk Peneliti Selanjutnya
  - a. Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan jumlah populasi dan sampel yang lebih banyak lagi, sehingga data data yang didapat dapat digeneralisasikan lebih baik. Dengan demikian hasil penelitian yang dibuat oleh peneliti selanjutnya dapat menggambarkan kecenderungan dari setiap variabel yang dibuat lebih akurat.
  - b. Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor diluar variabel yang diteliti seperti kualitas produk, promosi produk dan persepsi harga.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Makanan, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mcdonald's di Daerah Jakarta Barat. *Ilmu Ekonomi Wiyatamandala*.
- Ati, D. P., & Hastuti, S. M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Belfoods. *Otonomi Vol. 22 Nomor 2 Edisi Oktober 2022*, 22(2), 266. <https://doi.org/10.32503/otonomi.v22i2.2898>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literatue Review Manajemen Pemasaran) yang kemarin. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 3(1), 211–224.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2), 66–88.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer ). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.

- Hasrina, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(3), 132–141. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i3.7373>
- Idris, A., Kusasi, F., & Iranita. (2019). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tanjung Sebauk. *Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 1–18. [http://repository.umrah.ac.id/3287/1/Ansyari Idris-150461201020-FE.pdf](http://repository.umrah.ac.id/3287/1/Ansyari%20Idris-150461201020-FE.pdf)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 27–34.
- Kirana, D. (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan). *Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Ponorogo*, 1–13. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Meiliana, C., & Yani, M. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 11(1), 708–714.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 Di Pandeglang Banten. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 313–318.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262.
- Perkasa, D. H., Solihin, A., Parashakti, R. D., Stephani, S. B., & Aprillita, D. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih UNDIRA Bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Semester II. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 123–136. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.779>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Putri, S. Y. (2021). Pengaruh Harga Tiket Pesawat dan Kualitas Pelayanan Bandar Udara terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bandar Udara Internasional Ngurah Rai Bali. *Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, 2011*, 17–38.
- Ridwan, M., & Rahman, A. (2018). Analisis Pengaruh Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleyo Jatiwaringin. *Kinerja*, 1(01), 76–86.

- Rizky. (2022). Pengaruh pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen di rumah makan wong solo kota jambi. *Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saufuddin Jambi*.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2017). *Metode Penelitian untuk BIsnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6 Buku 2* (Edisi 6, B). Salemba Empat.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata Vol 3, No. 1, September 2021, Pp. 35-49, 3(1), 35–49*. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Simorangkir, T. (2022). Pengaruh Ulasan Konsumen Online, Kualitas Pelayanan Elektronik dan Harga Terhadap Minat Beli. *Universitas HKBP Nommensen, 2504*, 1–9.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian* (Cet.31). Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. (2018). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Thung, M. F., Tjahjowidodo, B. T., & Wijaya, S. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Bintang 2 Dan Bintang 5 Di Surabaya: Penerapan Proses Text-Mining Atas Ulasan Daring Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(1), 1–9*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.1-9>
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA, 7(1), 891–900*.
- Widayati, C. C., Widjaja, P. H., & Arifin, A. Z. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Service Quality Inflight Catering on Saudi Consumer Satisfaction Arabian Airlines. *Journal of Marketing and Consumer Research, 71, 1–11*. <https://doi.org/10.7176/jmcr/71-01>
- Wuryandari, N. E. R. (2020). Customer's Brand Loyalty: Kajian Pada Bisnis Kesehatan Mata Di 10 Kota Di Pulau Jawa. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK) 1(1), 71–78*. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jpmk/>