

e-ISSN: 2962-8873, p-ISSN 2964-6049

DOI:<https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3>

Received: 06 Juli 2023, Revised: 28 Juli 2023, Publish: 09 Agustus 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



## Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk)

Wilbrodus R B Wijaya<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: [11119101@mahasiswa.undira.ac.id](mailto:11119101@mahasiswa.undira.ac.id)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia, Email: [christinewijaya73@yahoo.co.id](mailto:christinewijaya73@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: [11119101@mahasiswa.undira.ac.id](mailto:11119101@mahasiswa.undira.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of price, product quality and service quality on customer satisfaction at ABC Restaurant in Pantai Indah Kapuk. The approach taken is to use a quantitative approach. The method used in this research is purposive accidental sampling using path analysis method. The population in this research is the consumers of ABC Restaurant in Pantai Indah Kapuk. The sample in this research is 120 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. The data in this study were analyzed using the Smart-PLS tool. The results of the study stated that price had a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality had a positive and insignificant effect on customer satisfaction, service quality had a positive and insignificant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Price, Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk. Pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive accidental sampling* dengan menggunakan metoda analisis jalur (*path analysis*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk. Sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan alat Smart-PLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas produk berpengaruh positif dan

tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kualiatas Layanan dan Kepuasan Konsumen.

## PENDAHULUAN

Di era modern ini persaingan dunia usaha semakin ketat dan meningkat, salah satunya usaha di bidang kuliner. Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini dikarenakan pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyak restoran-restoran yang bermunculan dengan makanan-makanan yang sejenis dan banyaknya orang berlomba-lomba membuka suatu usaha atau bisnis untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Gaya hidup yang super sibuk saat ini tengah berkembang mendorong masyarakat untuk memilih makanan yang cepat saji dan mudah diperoleh sesuai selera (Arsitur, 2020).

Hal ini yang mendorong munculnya beragam restoran yang menyajikan tidak hanya menu dengan citra rasa tinggi namun juga pelayanan, konsep, suasana makan dan tata ruang restoran yang menarik, salah satunya adalah Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk. Restoran berubah menjadi industri kuliner yang memberikan tidak hanya citra rasa tetapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi persaingan dengan restoran-restoran yang terus bertumbuh yang sama sama menyediakan produk makanan dengan menu yang hampir sama adalah dengan mempertimbangkan harga, meningkatkan kualitas produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan membawa konsumen menuju tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif bagi Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk.

Peran yang dapat mendukung kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi dan kemudahan. Kualitas pelayanan berfungsi sebagai driver yang membawa variabel-variabel ke dalam kepuasan. Kualitas pelayanan ini memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen (Laksana, 2019). Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk tetap stabil dan terus meningkat penjualannya, pihak pengelola harus tetap menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus berfikir secara pangsa pasar pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk agar mengetahui kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan terpenuhi oleh produknya. Selain itu faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dalam memberikan kualitas yang terbaik pada kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis (Rangkuti, 2020). Konsumen yang keinginannya sudah terpenuhi terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung daya minat beli ulang kembali untuk menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama dalam hidangan makanan. Jika strategi pemasaran sudah diterapkan dengan baik untuk konsumen, maka komitmen konsumen menjadi puas terhadap produk atau jasa.

Pengelola mengatakan untuk saat ini kondisi Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk mengalami penurunan pendapatan penjualan yaitu dari tahun 2020 sampai tahun 2022 disebabkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tidak berjalan baik. Adapun data penurunan jumlah pendapatan penjualan Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk pada tahun 2020 sampai tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Data Pendapatan Penjualan Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk.**

No	Nama Menu	2020	2021	2022
1	Steak	Rp.192.800.000	Rp. 187.300.541	Rp. 156.000.000
2	Sarawak pepper seafood	Rp. 167.058.500	Rp. 151.716.500	Rp. 145.169.500
3	Beef Satay	Rp.259.000.000	Rp. 247.350.500	Rp. 219.900.000
4	Hainan Steamed Chicken	Rp. 211.680.000	Rp. 198.576.800	Rp. 184.211.000
5	Briyani Rice With Beef Rendang	Rp.189.000.000	Rp. 183.650.500	Rp. 175.400.000
6	Seafood Curry Laksa	Rp.187.920.500	Rp. 183.580.500	Rp. 173.300.000
7	Fish Head Noodles	Rp. 158.400.000	Rp. 152.750.050	Rp. 142.360.670
8	Penang prawn mee	Rp. 190.080.000	Rp. 182.960.000	Rp. 154.680.000
9	Fillet Curry Laksa	Rp. 171.720.000	Rp. 164.540.500	Rp. 148.200.000
10	Whole Chicken	Rp. 135. 720.000	Rp. 133.430.000	Rp. 129.690.000
Total		Rp. 1.863.379.000	Rp. 1.785.855.891	Rp. 1.628.911.000

Sumber: Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk, 2022

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa pendapatan penjualan di Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk pada periode tahun 2020 hingga tahun 2022 mengalami penurunan penjualan. Pada tahun 2020 total pendapatan penjualan yaitu Rp.1.863.379.000. Pada tahun 2021 total pendapatan penjualan yaitu Rp.1.785.855.891, hal ini menunjukkan bahwa telah terjadinya penurunan pendapatan senilai Rp.77.523.109. Pada tahun 2022 total pendapatan penjualan yaitu Rp. 1.628.911.000, hal ini menunjukkan bahwa penurunan pendapatan kembali terjadi ditahun 2022. Total penurunan pendapatan penjualan dari tahun 2021 ke tahun 2022 adalah senilai Rp. 156.944.891.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen disuatu Restoran, seperti hasil penelitian wijaya ( 2017 ) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Persepsi harga merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil, persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Hasil penelitian Putu Yuli Wulandari (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di SKAI Restoran Padma Resort Legian. Hasil penelitian Tombeng *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang dari fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen” ( Studi Kasus Pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk).

Berdasarkan adanya latar belakang serta pemaparan yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk?; (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk?; (3) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk ?

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk; (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restoran

ABC di Pantai Indah Kapuk; (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Herlambang dalam khairani (2019) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang diharapkannya dengan apa yang diterimanya lebih besar dari apa yang diharapkannya, maka konsumen puas. Begitu sebaliknya, ketika yang diterimanya kurang dari apa yang diharapkannya, maka dapat dipastikan konsumen tidak akan puas.

Pendapat lain datang dari Tjiptono dalam Wahyu (2019) kepuasan konsumen merupakan hal yang wajib bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, konsultasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis dan dalam konteks tertentu, para birokrat dan politisi. Hasil studi berkesinambungan dibidang pemasaran bahwa kepuasan pelanggan berkaitan dengan ukuran kinerja finansial seperti peningkatan laba. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu tingkat perasaan konsumen yang timbul setelah menggunakan suatu barang atau jasa tersebut dari hasil membandingkan sebuah produk atau jasa.

### **Harga**

Pengertian Harga, harga adalah nilai barang dan jasa yang dinyatakan dengan jumlah uang tertentu. Barang dan jasa tersebut mempunyai harga bila barang dan jasa itu mempunyai nilai dan guna. Disamping berguna dan bernilai, barang tersebut juga terbatas adanya (langka). Semakin berguna dan semakin langka, maka harga barang itu semakin mahal. Berguna tetapi tidak langka membuat harga itu relatif tidak mahal. Terbentuk harga dikarenakan ada dua pihak, yaitu pihak yang memiliki dan bersedia untuk menawarkannya serta pihak yang memerlukan dan bersedia untuk memintanya. Dalam dunia yang menganut perekonomian yang bebas, harga merupakan faktor penting dalam perekonomian. Menurut Indrisari (2019), Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Menurut penelitian Melati dan Dwijayanti, (2020), Harga merupakan jumlah nilai termasuk barang dan layanan yang ditawarkan guna pengganti benda. Sedangkan menurut Riyono dan Budiharja 2020; Harga merupakan sesuatu yang dijadikan untuk pertukaran barang atau jasa oleh konsumen. Berdasarkan beberapa definisi harga diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah alat yang digunakan sebagai proses transaksi jual beli antara penjual atau perusahaan kepada konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk menurut W.J Stanton (Firmansyah & Haryanto 2019), “ *A product is a set of tangible and intangible attributes, including packaging color, price manufacture’s prestige, and manufacturer’s and retaile, whisch they buyer may accept as offering want – satisfaction*” produk adalah suatu atribut baik yang berbentuk dan tidak berbentuk yang terdapat masalah warna, harga, nama baik perusahaan, nama baik toko yang sebagai penjual dan pelayanan pabrik yang diterima oleh konsumen sebagai kepuasan. Sementara itu menurut Purba (2019) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan kualitas produk merupakan salah satu nilai utama yang sangat diharapkan oleh konsumen dari pihak produsen untuk menciptakan kualitas produk atau jasa yang memiliki nilai tinggi atau baik. Kualitas produk yang tinggi atau baik dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk adalah hal penting yang harus di terapkan oleh setiap perusahaan jika ingin bersaing dengan perusahaan lainnya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### Kualitas Layanan

Menurut Wyckof dalam (Tjiptono 2019) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kotler (Pertiwi, 2021) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan merupakan kinerja dari seseorang kepada orang lain yang dapat berupa tindakan 15 yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan suatu barang atau kepada siapa pun. Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diinginkan Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu setiap aktivitas atau tindakan yang diberikan kepada pelanggan pada dasarnya tidak berwujud dan apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya, maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan

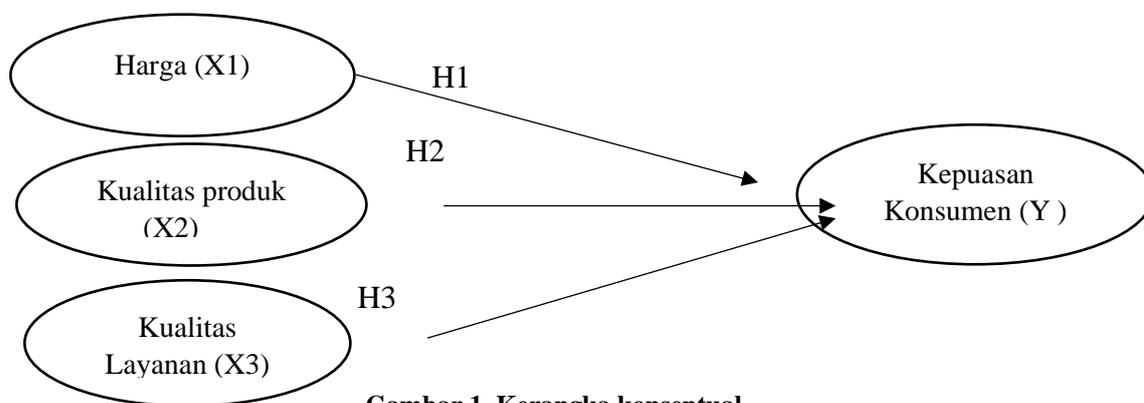
### Hipotesis

Menurut Muhammad Emir Hidayat (2021), hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis juga merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1**= Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H2** = kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H3** = kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### Kerangka Konseptual

Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat diilustrasikan sebagaimana terdapat gambar sebagai berikut ini:



Gambar 1. Kerangka konseptual

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Hipotesis ialah sebuah pernyataan yang bersifat *tentative*, namun dapat diuji dan mampu memprediksi hasil yang diharapkan oleh para peneliti berdasarkan data secara empiris (Sekaran dan Bougie, 2016). Jenis penelitian dengan menggunakan uji hipotesis memiliki tujuan utama, yakni untuk membuktikan (mendukung atau menolak) hubungan ataupun pengaruh antara variabel/konstruk yang diteliti. Peneliti juga menggunakan penelitian dengan pendekatan tersebut untuk mengetahui ataupun melihat bagaimana hubungan maupun pengaruh antara dua, tiga, atau lebih variabel/konstruk, serta pola atau arah, dan juga kekuatan pada masing-masing hubungan atau pengaruh variabel/konstruk yang diteliti

### Populasi dan Sampel

Menurut Muchlisin Riadi (2020), Populasi adalah keseluruhan, totalitas atau generalisasi dari satuan, individu, objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti, yang dapat berupa orang, benda, institusi, peristiwa, dan lain-lain yang di dalamnya dapat diperoleh atau dapat memberikan informasi (data) penelitian yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan penulis sebagai objek penelitian ini adalah para konsumen Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk.

Menurut Muchlisin Riadi (2020), Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama bersifat representatif dan menggambarkan populasi sehingga dianggap dapat mewakili semua populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel berguna untuk membantu para peneliti dalam melakukan generalisasi terhadap populasi yang diwakili. Dalam penelitian ini menggunakan sampel *non probabilitas*, dikarenakan peneliti tidak mendapatkan secara rinci identitas responden yang diperlukan dalam pembuatan kerangka *sampling*. Metode *non probabilitas* dengan menggunakan teknis penarikan sampel *purposive*. Sampel *purposive* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus, yaitu orang-orang yang dianggap ahli (Muchlisin Riadi, 2020)

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, *et al.*, (2020). Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Adapun jumlah variabel indikator dalam penelitian ini adalah sebanyak 20, sehingga  $6 \times 20$  buah = 120. Melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 120 orang.

### Metode analisis data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square (Smart-PLS)* versi PLS. PLS (*Partial Least Square*) adalah model alternatif dari *covariance based SEM*. PLS dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, selain itu dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Seperti dinyatakan oleh Ghazali (2014) PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal, dan sampel tidak harus besar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

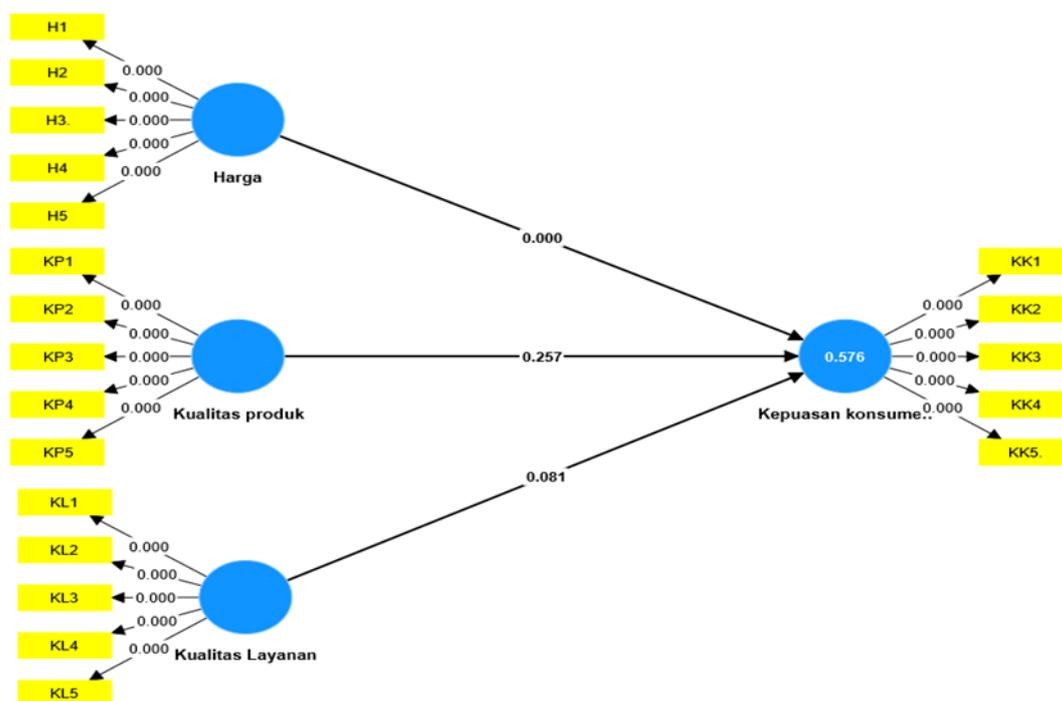
Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur). Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi pada hipotesis ini dapat diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Melihat signifikansi pada hipotesis dengan dengan

melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistik pada algoritma bootstrapping report. Untuk mengetahui signifikan atau tidak dilihat dari t-table pada alpha 0,05 (5%) lebih besar atau sama dengan 1,96, kemudian t-table dibandingkan dengan t-hitung (t-statistik).

**Tabel 2 . Hasil Pengujian Hipotesis**

		<i>Original sample</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>T - statistics</i>	<i>P - Values</i>	Hasil
Harga	->	0.472	0.122	3.886	0.000	Positif- Signifikan
Kepuasan Konsumen		0.210	0.120	1.744	0.081	Positif- Tidak Signifikan
Kualitas Layanan	->	0.125	0.110	1.134	0.257	Positif – Tidak Signifikan

Sumber: Output PLS 2023



**Gambar 2. Hasil uji Bootstrapping**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Smart PLS 2023

## Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa harga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu dimana menurut Ramadhan (2020), Wantara

dan Thambrin (2019), Dodoh *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu dimana menurut Santoso (2019) dan C.Gunawan (2020) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Syabhan Zabbar Khoiri dan Efiani Efiani (2022), juga oleh Tresiya *et al* (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk. Hal ini berarti apabila harga di Restoran terjangkau dan stabil, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk yang diberikan Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk kurang dijaga kualitas produknya, sehingga kepuasan konsumen menurun atau konsumen merasa tidak puas.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan kualitas layanan menurun sehingga kepuasan konsumen juga tidak terpenuhi.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang menjadi bahan pertimbangan bagi Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk maupun bagi peneliti selanjutnya:

1. Saran Untuk Restoran ABC Pantai Indah Kapuk
  - a. Pada variabel harga pernyataan mengenai Harga disetiap menu makanan sesuai dengan manfaat yang dirasakan dari makanan yang disajikan, harga menu makanan yang sangat terjangkau dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas makanan mendapatkan penilaian tertendah dari responden. Sebaiknya Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk dapat lebih meningkatkan kesesuaian harga yang mudah dijangkau oleh konsumen.
  - b. Pada variabel Kualitas Produk pernyataan mengenai Makanan pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk memiliki standar kematangan yang sesuai dengan standar makanan yang diharapkan oleh konsumen mendapatkan penilaian terendah dari responden. Sebaiknya koki/ juru masak Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk

memberikan standar terhadap tingkat kematangan pada makanan dan memperhitungkan waktu dalam penyajian makanan.

- c. Pada variabel kualitas layanan pernyataan mengenai Pegawai Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk tidak pernah lupa memberikan *struck* belanja kepada konsumen mendapatkan penilaian terendah dari responden. Sebaiknya para pegawai restoran lebih teliti lagi dalam menerbitkan *struck*.

## 2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan jumlah populasi serta sampel yang lebih banyak lagi, sehingga 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.

Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor diluar variabel yang diteliti, semisalnya faktor lokasi, dan lain sebagainya selain faktor-faktor yang sudah dipakai oleh peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S. H., & Tamrin, Moh. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Dimensi Dari Orientasi Pasar. *Jurnal CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 217–228.
- Agustina, R., Wiryawan, D., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Tokopedia Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 418–428.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111–122.
- Dahlia, & Purnamasari, K. (2022). Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan. *Journal Management, Business, and Accounting*, 21(1), 87–97.
- Doodoh, V. G. M., Soegoto, A. S., & Rantung, M. Ch. (2020). Analisis kualitas, keberagaman produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rm. Kios pelangi wakeke. *Jurnal EMBA*, 8(3), 444–452.
- Dwi Rani, F., & Nina Madiawati, P. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Rebranding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iconnet Di Bandung. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi Dan Pelayanan Publik*, IX(2), 300–311.
- Hidayat, M. S. (2020). Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto. *Bisman*, 3(2), 173–186.
- Jufriyanto, Muh. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *MATRIK: Jurnal Manajemen & Teknik Industri*, XX(2), 79–90. <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- Juwanto. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak*. Universitas Semarang.
- Khoiri, S. Z., & Efiani. (2022). Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di restoran asia hotel ritz carlton mega kuningan jakarta. *Humantech: jurnal ilmiah multidisplin indonesia*, 1(11), 1740–1746.

- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *VALUES*, 3(1), 275–285.
- Mahardika, N. A. (2022). *Perubahan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Makanan Secara Online dalam Perspektif Inovasi Disrupsi*.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHA Dequity*, 1(2), 57–68.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS). *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Nasution, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pondok Jambu Di Kabupaten Padang Lawas. Universitas Islam Riau.
- Nurjanah, S., Sukmawati, R., Muslima, & Alwi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Talago Biru Padasuka. *Journal Competency of Business*, 5(2), 130–141.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, 14(1), 16–23.
- Putri, R. A. N., & Handrito, R. P. (2022). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Consumer Satisfaction Pada Layanan Drive Thru. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(2), 147–151.
- Rosanti, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Saraswati, Y. D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 9(2), 95–108.
- Sarjono, B. (2015). Strategi Pemasaran Produk Baru. *Orbith*, 11(3), 230–236.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Wati, N. K. D. A., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mm Juice & Restaurant Cabang Teuku Umar. *VALUES*, 1(3), 222–233.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582.
- Wulandari, P. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Skai Restoran Hotel Padma Resort Legian. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(07), 1775–1789.