

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus: UMKM JRA Kitchen)

Fachrurrozie¹, Dovina Navanti², Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: 202110325346@mhs.ubharajaya.ac.id¹, dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id²,
dewi.sri@dsn.ubharajaya.ac.id³

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis kuliner, khususnya pada sektor makanan online, semakin meningkat. UMKM seperti JRA Kitchen menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan sebagai faktor utama keberlanjutan usaha. Harga dan kualitas pelayanan menjadi dua aspek utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap suatu bisnis kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM JRA Kitchen serta menentukan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan JRA Kitchen. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk mengukur hubungan antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelanggan merasa puas jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan porsi yang diberikan. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan faktor-faktor seperti responsivitas, empati, dan keandalan layanan menjadi perhatian utama. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,9%. Harga dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di UMKM JRA Kitchen. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kedua faktor tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, UMKM, JRA Kitchen

ABSTRACT

Competition in the culinary business, especially in the online food sector, is increasingly intense. SMEs like JRA Kitchen face challenges in maintaining customer satisfaction as a key factor for business sustainability. Price and service quality are two main aspects that affect customer satisfaction and their loyalty to a culinary business. This study aims to analyze the impact of price and service quality on customer satisfaction at JRA Kitchen SMEs and to identify the most dominant factors in improving customer satisfaction. The research uses a quantitative method with data collection through questionnaires distributed to JRA Kitchen customers. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests with SPSS version 27 software to measure the relationship between price,

Article history

Received: Februari 2025
Reviewed: Februari 2025
Published: Februari 2025

Plagiarism checker no 971

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



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

service quality, and customer satisfaction. The results show that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, where customers are satisfied when the price offered matches the quality and portion provided. Additionally, service quality also significantly influences customer satisfaction, with factors such as responsiveness, empathy, and reliability of service being key concerns. Simultaneously, both price and service quality positively affect customer satisfaction with a coefficient of determination value of 79.9%. Price and service quality play an important role in shaping customer satisfaction at JRA Kitchen SMEs. Overall, this study emphasizes that improving both factors can significantly enhance customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, SMEs, JRA Kitchen

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner berkembang pesat dari segi kuantitas dan juga kualitas. Restoran dan jualan makanan *online* adalah beberapa bentuk bisnis kuliner yang populer. Pertumbuhan bisnis diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia, namun akan menghadirkan dampak persaingan yang signifikan, terutama dalam bisnis penjualan makanan *online*.

Menurut Hasan dalam Pranitasari & Sidqi (2021) kepuasan dan ketidakpuasan adalah evaluasi setelah pembelian, dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, dan ketidakpuasan terjadi ketika hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan dilihat dari hasil yang dilakukan oleh penjual memenuhi keinginan pelanggan, sementara hal positif dapat terjadi jika kinerja sesuai atau melebihi keinginan pelanggan. Faktor faktor seperti lambatnya respon penjual dan kesalahan penyajian pesanan dapat menimbulkan dampak negatif bagi UMKM, sementara kecepatan proses dan pelayanan dapat menimbulkan hal positif untuk UMKM.

Dengan cara yang sama, JRA Kitchen mengalami kesulitan mempertahankan pelanggan setelah melakukan berbagai upaya untuk *survive* dan bersaing dengan bisnis kuliner lainnya yang sangat kompetitif. Cara yang harus dilakukan oleh JRA Kitchen dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat untuk *survive* untuk persaingan dengan UMKM lainnya dan meningkatkan keuntungan. JRA Kitchen merupakan salah satu UMKM yang berada di Jatiasih, Bekasi selatan, Kota Bekasi yang menjual berbagai jenis produk seperti mie *chili oil*, pangsit pedas, burger, roti bakar, pisang bakar.

Tabel 1. Data Penjualan JRA Kitchen 2024

Bulan (2024)	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
Pendapatan (juta)	2,73	2,65	2,78	2,82	2,85	2,83	2,93	3,15	3,07
Peningkatan (%)		-3%	5%	1%	1%	-1%	4%	8%	-3%
Total Peningkatan									12%

Sumber : Owner JRA Kitchen (2024)

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pendapatan bertambah dari analisis visual terlihat bahwa penjualan mengalami peningkatan yang stabil. Persentase ini memberikan gambaran yang jelas tentang performa penjualan dari JRA Kitchen. Dalam kurun waktu Januari hingga

September pada tahun 2024, terjadi peningkatan pendapatan sebesar 12%, persentase ini mengindikasikan performa penjualan yang baik dan konsisten selama periode tersebut, dari rata-rata penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk atau layanan yang di tawarkan oleh JRA Kitchen menciptakan kepuasan pada pelanggan.

Pada persentase data penjualan, terlihat bahwa terdapat fluktuasi kecil, sebesar -3% yang terjadi pada pendapatan bulan September 2024 namun secara keseluruhan tren penjualan menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa JRA Kitchen harus dapat meningkatkan dari segi kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga. Faktor inilah yang dapat menyebabkan pelanggan beralih ke UMKM lainnya yang mempunyai kelebihan dibandingkan UMKM sebelumnya.

Harga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan. Menurut Gunarsih (2021) harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki keuntungan dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh (haryoko, 2020) mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun terdapat hasil lain pada penelitian yang dilakukan oleh (Sumarsid, 2022) memberikan hasil bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Perbandingan Harga Dengan Merk Lain

No.	Merek	Mie Chili Oil	Pangsit Pedas
1.	JRA Kitchen	12.000	12.000
2.	Mie KaLia	20.000	17.000
3.	DINYONG	11.000	11.000
4.	UENA	20.900	16.500

Sumber : olah data primer (2024)

Tabel 3. Pra-survey mengenai harga

No	Pernyataan pra-survey	Jumlah			
		Setuju		Tidak	
1.	Harga yang ditawarkan JRA Kitchen terjangkau	14	70%	6	30%
2.	Harga yang ditawarkan JRA Kitchen sesuai dengan porsi yang diberikan	12	60%	8	40%
3.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa yang diberikan	11	55%	9	45%
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan	8	40%	12	60%

Sumber : olah data primer (2024)

Berdasarkan tabel 3, hasil *pra-survey* yang dilakukan oleh penulis terhadap 20 responden mengenai harga pada JRA Kitchen dengan mengajukan 4 pertanyaan. Dan dalam *pra-survey* tersebut terdapat hal-hal yang mendasari pelanggan dalam kepuasan di JRA Kitchen, responden yang menyatakan harga yang ditawarkan tidak terjangkau sebanyak 30%, responden yang menyatakan harga tidak sesuai dengan porsi sebanyak 40%, responden yang menyatakan harga tidak sesuai dengan cita rasa yang diberikan sebesar 45%, dan responden

yang menyatakan harga yang diberikan belum sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sebanyak 60%.

Berdasarkan hasil *pra-survey* yang telah dilakukan bahwa dari data tersebut menyatakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga adalah faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Para pengusaha bisnis kuliner harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang sesuai dengan target konsumen, karena apabila ada kesalahan dalam menentukan harga itu akan mempengaruhi volume penjualan.

Selain harga, kualitas pelayanan juga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa senang jika mendapatkan pelayanan yang ramah dan sopan sehingga akan menimbulkan rasa kepuasan, selain itu ada beberapa pula konsumen yang merasa puas dengan mendapatkan pelayanan yang andal, ketersediaan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.

Tabel 4. Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target (%)
		Ya	Tidak		
1	Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik (<i>Tangible</i>)	35%	65%	20	100%
2	Apakah penjual memiliki sigap dan serius dalam menanggapi permintaan pelanggan (<i>Empathy</i>)	60%	40%	20	100%
3	Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat (<i>Responsiveness</i>)	25%	75%	20	100%
4	Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik (<i>Reliability</i>)	40%	60%	20	100%
5	Apakah penjual selalu menjaga kebersihan pada produknya (<i>Assurance</i>)	80%	20%	20	100%

Sumber : olah data primer (2024)

Pada tabel *pra-survey* terdapat 5 indikator yaitu *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*. Dimana pada indikator *tangibles* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah produk-produk dari JRA Kitchen sampai kepada pelanggan dalam keadaan baik atau tidak. Selanjutnya pada indikator *empathy* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual memiliki sigap dan serius dalam menanggapi permintaan pelanggan” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah para pelanggan JRA Kitchen mendapatkan tanggapan apabila terdapat permintaan. Pada indikator *responsiveness* terdapat mengenai “Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA Kitchen merespon pelanggannya dengan baik dan cepat. Pada indikator *reliability* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA Kitchen menyajikan produk-

produk nya didalam kemasan yang layak dan baik. Pada indikator *assurance* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual selalu menjaga kebersihan pada produknya” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA Kitchen selalu menjaga kebersihan baik di dalam toko maupun pesanan antar.

Berdasarkan tabel 4, Hasil *pra-survey* yang dilakukan oleh penulis terhadap 20 responden mengenai kualitas pelayanan pada JRA Kitchen dengan mengajukan 5 pertanyaan. Pertanyaan mengenai “Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik” dominan menjawab tidak setuju sebanyak 65%, persentase yang tinggi dari responden yang tidak setuju menunjukkan adanya kekhawatiran terkait dengan kondisi produk yang sampai. Terdapat isu masalah mengenai pengemasan, pengiriman, atau keamanan produk selama proses pengiriman yang perlu diperbaiki, pertanyaan “Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat” 75% responden menjawab tidak setuju, persentase yang signifikan dari responden yang tidak setuju menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap respon yang diberikan oleh penjual. Hal tersebut bisa disebabkan oleh lambatnya tanggapan, kurangnya kejelasan informasi, atau kesulitan komunikasi dengan penjual, dan pertanyaan “Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik” terdapat 60% yang menjawab tidak setuju, dengan persentase yang tinggi dari responden yang tidak setuju menunjukkan perhatian terhadap persentase makanan dalam packaging. Terdapat masalah terkait dengan kualitas kemasan, kerapihan, atau keamanan makanan yang perlu mendapatkan perhatian lebih. Secara keseluruhan kualitas pelayanan di JRA Kitchen belum sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian JRA Kitchen perlu melakukan peningkatan terhadap faktor-faktor yang menciptakan kualitas pelayan yang sesuai dengan harapan konsumen. Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa upaya memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, baik terhadap barang maupun jasa, serta memberikan penyampaian yang memenuhi harapan konsumen disebut dengan kualitas pelayanan.

Hasil *pra-survey* menunjukkan bahwa pelayanan JRA Kitchen belum mencapai tingkat maksimal. Jika keluhan terkait produk dan pelayanan terus diabaikan tanpa adanya penanganan yang memadai, maka akan terdapat penurunan pada kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh JRA Kitchen sehingga memilih UMKM lain yang memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik. Permasalahan ini memiliki signifikansi yang penting dan membutuhkan perhatian serius. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi berbagai karakteristik yang terkait serta melakukan pengukuran kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yuwono, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dapat memberikan dampak untuk kepuasan pelanggan. Ditinjau dari fenomena yang telah disebutkan penulis merasa tertarik untuk memberikan solusi dan langkah konkret kepada JRA Kitchen agar mereka dapat meningkatkan pelayanan dengan efektif. Hal ini bertujuan agar mereka berhasil dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan menerapkan perbaikan yang diperlukan. Penilaian kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu JRA Kitchen sebagai UMKM perlu untuk mengetahui penilaian kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dari JRA Kitchen agar dapat dijadikan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, tujuan peneliti adalah untuk menentukan apakah harga dan kualitas pelayanan menciptakan kepuasan pelanggan JRA Kitchen. Peneliti akan merancang penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus : UMKM JRA Kitchen)”.

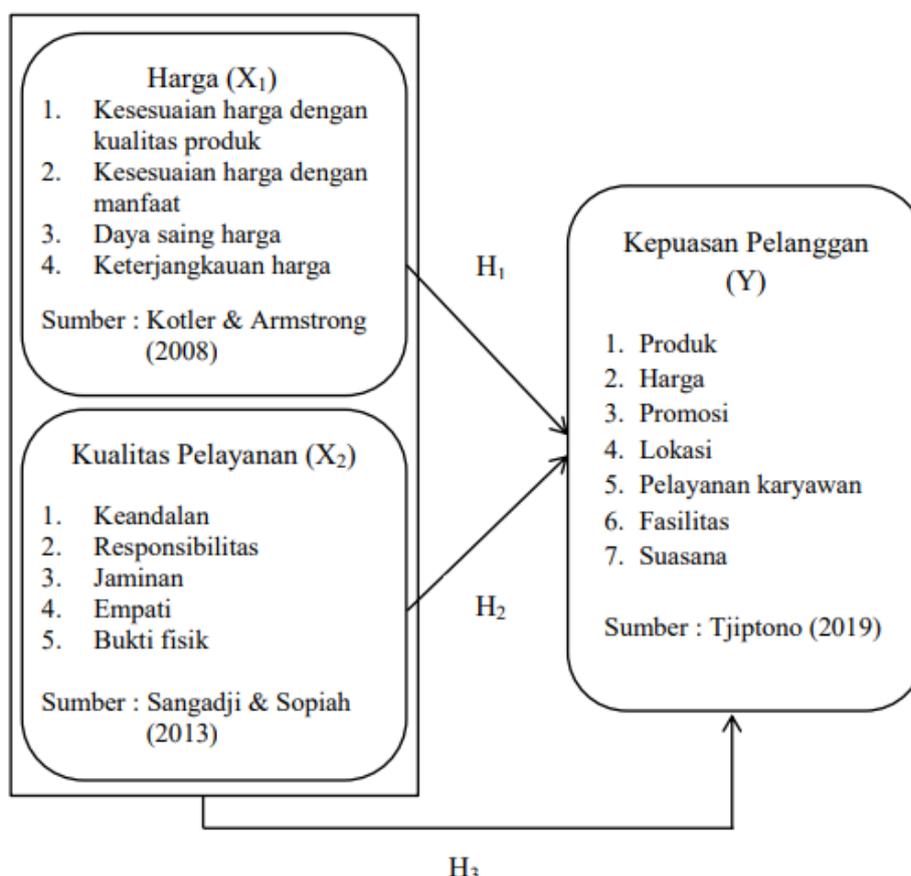
METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sujarweni (2014) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan desain penelitian yang telah dibuat oleh penulis, maka gambaran harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang dimana harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, berdasarkan konsep teori diatas maka model konseptual nya sebagai berikut :



Gambar 1. Model Konseptual

Sumber : Elaborasi beberapa penelitian terdahulu (2024)

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan yang lebih mendalam pada bulan Oktober 2024 sampai selesai. Penulis menentukan objek penelitian di JRA Kitchen. Dimana objek dari penelitian ini JRA Kitchen yang dibahas terbatas hanya seberapa besar pengaruh variabel harga dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Metode Pengambilan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah pelanggan JRA Kitchen yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience sampling*, teknik pengambilan sampel yang memilih sampel berdasarkan kemudahan akses, ketersediaan, atau kesediaan responden untuk berpartisipasi. Teknik ini merupakan salah satu

teknik non-probabilitas yang paling umum digunakan, terutama untuk populasi yang cukup besar. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan total sampel sebesar 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Hasan (2013) teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Menurut Ardiansyah (2023) Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang melibatkan pernyataan-pernyataan yang telah disusun secara sistematis.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum UMKM

1. Profil UMKM

JRA Kitchen merupakan salah satu UMKM yang ada di Kota Bekasi yang berdiri sejak 2018. JRA Kitchen berfokus pada industri kuliner makanan dan minuman, terdapat berbagai macam menu yang disediakan seperti mie chili oil, pangsit pedas, pangsit kuah, burger, kentang, sosis bakar, varian kopi dan minuman segar. JRA Kitchen menyajikan cita rasa yang otentik dengan layanan yang profesional untuk menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan memuaskan bagi setiap pelanggannya.

2. Visi dan Misi UMKM

Visi:

Menjadi UMKM yang menyediakan makanan dan minuman berkualitas tinggi serta memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan untuk setiap pelanggan, dan menyajikan menu yang inovatif dengan cita rasa yang unik.

Misi :

1. Menyajikan produk makanan dan minuman yang higienis, sehat dan lezat dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan.
2. Mengembangkan inovasi produk terus menerus untuk memenuhi kepuasan para pelanggan.
3. Mengedepankan penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi.
4. Menyediakan pelayanan yang cepat dan ramah untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner

Penelitian ini dilakukan di JRA Kitchen. Dimana objek penelitian ini adalah UMKM JRA Kitchen. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data pelanggan yang bertujuan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan Pelanggan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada bulan Desember 2024 dengan rincian penyebaran kuesioner yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5. Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner

Responden	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang dikembalikan	100	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%

Sumber : olah data primer (2025)

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 100 kuesioner, dengan jumlah yang dikembalikan sebanyak 100 kuesioner atau memiliki tingkat persentase pengembalian sebesar 100%.

Identitas Responden

Pada penelitian ini terdapat beberapa macam karakteristik responden yang teridentifikasi atau dapat dikategorikan berdasarkan berapa kali responden melakukan pembelian, jenis kelamin responden, dan juga usia dari responden. Oleh sebab itu, akan dijelaskan secara lebih detail karakteristik tersebut berdasarkan beberapa kategori yang telah dijelaskan sebelumnya.

1. Karakteristik responden berdasarkan berapa kali melakukan pembelian

Terdapat karakteristik responden yang dikategorikan berdasarkan berapa kali melakukan pembelian yaitu 1 kali, 2 kali, 3 kali, 4 kali, dan >5 kali pembelian

Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian

Berapa kali melakukan pembelian	Jumlah	Persentase
1 kali pembelian	7	7%
2 kali pembelian	21	21%
3 kali pembelian	21	21%
4 kali pembelian	28	28%
>5 kali pembelian	23	23%
Total	100	100%

Sumber : olah data primer (2025)

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa terdapat responden yang melakukan pembelian 1 kali sebanyak 7 orang, kemudian responden yang melakukan pembelian 2 kali sebanyak 21 orang, lalu responden yang melakukan pembelian 3 kali sebanyak 21 orang, selanjutnya responden yang melakukan pembelian 4 kali sebanyak 28 orang, dan responden yang melakukan pembelian >5 kali sebanyak 23 orang.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Terdapat karakteristik responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	57	57%
Laki-Laki	43	43%
Total	100	100%

Sumber : olah data primer (2025)

Berdasarkan tabel 7, terdapat data bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari 43 orang laki-laki dan dari total 100 responden yang mengisi kuesioner dan juga terdiri dari 57 perempuan dari total 100 responden yang melakukan pembelian di JRA Kitchen.

3. Karakteristik responden berdasarkan usia

Terdapat karakteristik responden yang dikategorikan berdasarkan rentang usia yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<16 Tahun	5	5%
16 - 20 Tahun	65	65%
21 - 25 Tahun	24	24%
>25 Tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber : olah data primer (2025)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui usia responden <16 Tahun hanya sebanyak 5 orang dari total responden, selanjutnya pada usia 16 - 20 Tahun terdapat responden sebanyak 65 orang dari total responden, lalu pada usia 21 - 25 Tahun terdapat responden sebanyak 24 orang, dan yang terakhir pada usia >25 Tahun terdapat responden sebanyak 6 orang. Melalui data yang tersedia dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada di usia 16 - 20 Tahun dengan jumlah sebanyak 65 orang, lalu di ikuti oleh responden dengan usia 21 - 25 Tahun sebanyak 24 orang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Andriani dalam Komariah (2021) harga adalah salah satu ciri penting yang akan dievaluasi oleh konsumen, dimana pelaku usaha bisnis harus mampu memahami peranan tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen.

Berdasarkan hasil uji dan analisis data yang diperoleh hasil perhitungan parsial yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 12,195 lebih besar dari 1,984 (t_{tabel}) dengan sign. $0,00 < 0,05$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan. hal tersebut sesuai dengan perolehan hasil jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan kepada 100 responden. Berdasarkan hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa JRA Kitchen memperhatikan harga yang ditawarkan sehingga membuat para pelanggannya merasakan kepuasan saat membeli produknya.

Hal ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa jika harga berpengaruh baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Harga dapat dikatakan berpengaruh karena semakin sesuai harga yang diberikan akan membuat pelanggan dipengaruhi oleh dimensi-dimensi harga, yaitu pelanggan menginginkan harga sesuai kualitas yang diberikan, harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang dirasakan, harga yang terjangkau namun memberikan cita rasa yang membuat pelanggan merasa puas.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Mirella, 2021) menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Syahidin, 2022) menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. semakin baik harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga akan memberikan dampak positif terhadap persentase penjualan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Lestari dan Hidayat dalam Navanti (2024) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah tingkat dimana keunggulan sangat diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan adalah tentang pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 18,991 lebih besar dari 1,984 (t_{tabel}) dengan sign. $0,00 < 0,05$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan perolehan hasil jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan kepada 100 responden. Berdasarkan hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa JRA Kitchen telah menerapkan kualitas pelayanan yang baik sehingga dari pelayanan yang diberikan tersebut memberikan rasa kepuasan terhadap para pelanggannya.

Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan di JRA Kitchen dapat dikatakan cukup baik namun harus tetap ditingkatkan pelayanannya karena kualitas pelayanan memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap UMKM, kualitas pelayanan yang baik akan membuat JRA Kitchen mendapatkan keuntungan dengan bertambahnya pelanggan karena kualitas pelayanan salah satu faktor untuk kembalinya pelanggan ke JRA Kitchen. Pelanggan akan merasa senang jika mendapatkan pelayanan yang sopan dan ramah sehingga akan menciptakan rasa kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Millah, 2020) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Triyoko, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian terdahulu dan juga dari pengujian yang dilakukan peneliti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Hermawan dalam Giningroem (2022) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang diinginkan untuk beberapa produk atau jasa. Menurut Ibrahim dan Thawil dalam Anas (2023) kualitas layanan merupakan produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil Uji simultan telah diperoleh nilai F_{hitung} 197,580 dengan signifikansi senilai 0,00 dan f_{tabel} senilai 3,09. Yang berarti nilai f_{hitung} 197,580 lebih besar dari 3,09 (f_{tabel}) dan nilai sign. 0,00 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kedua hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa JRA Kitchen sudah memperhatikan dalam segi harga dan juga kualitas pelayanannya, harga yang diberikan terjangkau bagi semua kalangan yang membuat para pelanggan merasa puas, selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh JRA Kitchen juga sangat baik sehingga para pelanggan yang datang merasakan kepuasan dari layanan tersebut.

Menurut Lesmana dalam Anas (2024) kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima.

Kemudian menurut hasil dan analisis koefisien determinasi yang telah dilakukan, menunjukkan nilai sebesar 0,799. Hal tersebut menunjukkan 79,9% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 20,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah tingkat perasaan pelanggan setelah membeli produk tersebut, pelanggan yang sudah membeli produk akan menilai produk tersebut apakah sesuai atau tidak dengan yang diinginkannya, jika sesuai maka pelanggan akan merasa puas dan akan terus melakukan pembelian ulang. Pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan tempat atau produk tersebut kepada orang lain, selain itu pelanggan juga akan membeli setiap menu baru yang ditawarkan oleh JRA Kitchen

Produk yang sesuai dengan konsumen maka tuntutan untuk umkm adalah harus meningkatkan kualitas pelayanan, bukan hanya dalam segi produk yang dapat memuaskan pelanggan namun kualitas pelayanan yang baik juga dapat membuat pelanggan merasa puas. Masing-masing baik harga dan kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumarsid, 2022) menyatakan bahwa secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Suwikromo, 2022) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian terdahulu dan juga dari pengujian yang dilakukan peneliti bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di umkm JRA Kitchen. Hal ini dikarenakan umkm JRA Kitchen memberikan cita rasa yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkannya.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di umkm JRA Kitchen. Hal ini dikarenakan umkm JRA Kitchen memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan dari para pelanggan terhadap umkm ini.
3. Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di umkm JRA Kitchen. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh umkm JRA Kitchen.
4. Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Pelanggan juga dibuktikan dengan karakteristik responden yang melakukan pembelian lebih dari 1 kali sebanyak 93%, hal tersebut membuktikan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang.

SARAN

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak JRA Kitchen harus terus mempertahankan harga yang mereka tawarkan dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan dan ekonomis, yaitu menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya agar pelanggan tetap setia memilih produk-produk yang ada di JRA Kitchen. Dan diharapkan untuk terus menjaga dan meningkatkan pelayanan, terutama pelayanan dalam bentuk respon terhadap pelanggan, karena masih terdapat keluhan mengenai respon dari para pelanggan, sehingga perlu ditingkatkan lagi.
2. Bagi JRA Kitchen diharapkan dapat mempertahankan apa yang sudah berjalan, dan menjaga kebersihan karena dengan menyediakan fasilitas yang bersih akan membuat para pelanggan merasa puas, serta terus berinovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan juga dapat memperbaiki apa yang menjadi kekurangannya.
3. Bagi pelanggan JRA Kitchen hendaknya menjadi pelanggan yang cerdas dan bijak, dapat memperhatikan harga suatu produk dengan baik dan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh pihak JRA Kitchen, apabila terdapat pelayanan yang diberikan kurang memadai atau kurang sesuai dengan yang diharapkan maka hendaknya memberikan kritik, keluhan dan saran sehingga pihak JRA Kitchen dapat memperbaiki pelayanan yang mereka berikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliana, N. (2020, Desember). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran Dan SDM*, 1(2).
- Aini, A. I. (2022). Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Muncar Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*.
- Al-Ghifari, M. I. (2022, November). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, 421-434.
- Anas, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. *Jurnal Economina*.
- Anas, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 Di Bumi Sani Bekasi Timur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 300-313.
- Ardiansyah. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Arroisi, M. L. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 54-67.
- Arsyad, M. R. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 183-197.
- Darmawan, Y. S. (2022, Desember). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(2), 31-41.
- Erinawati, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Estikowati, S. A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Management And Business Review*, 18(2), 380-392.
- Fahriani, N. S. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Di Apotek Bunda Cikembar. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 01-11.
- Firmansyah, S. F. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*.
- Frianto, B. P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *Journal Of Business And Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Giningroem, D. S. (2022). Peran Harga Dan Penawaran Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food Dengan Menggunakan Pembayaran Digital Gopay. *Journal Of Management Small And Medium Entreprises*, 175-186.
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Journal Productivity*.
- Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer).
- Husaini, F. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Ilahi, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1).
- Imelda, R. M. (2020). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Air Manado. *Jurnal Emba*, 10(3), 410-421.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. *Unitomo Press*.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. (A. Pramesta, Ed.) Yogyakarta: ANDI.
- Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*.
- Kotler, P. (1994). *Marketing* (1 Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kumrotin, E. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Leonard, M. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 54-67.
- Luthfi. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Washing Pada PT Multi Garmen Jaya Bandung. 704-714.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta .
- Mahira. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1267-1283.
- Mamosey. (2022). Analisis Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Niat Beli Produk Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 1985-1994.
- Massora, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, Hal. 20-38.
- Millah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 134-142.
- Mirella, N. N. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi:Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.
- Navanti, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 148-162.
- Novi Tri Hriyanti, A. W. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal Eksekutif*.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Pranitasari, D. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*, 18(2).

- Pratiwi, A. P. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Herfinta Farm And Plantation. *Journal Of Global Business And Management Review*, 4(2).
- Rachmad, Y. E. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Eureka Media Aksara.
- Rahmandika. (2020). Terhadap Kepuasan Konsumen Survei Pada Konsumen Biro Pariwisata Kencana Tour Di Simo Boyolali. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*.
- Rivencio, R. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Jatirahayu.
- Rusniati, S. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1).
- Shartykarini, S. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 4, Nomor 1.
- Sitohang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Uki Press.
- Sitorus, A. P. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Soewarno, E. (2021, Maret). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Abadi Di Pangkalan Bun. *Jurnal Magenta*, 9(2), 93-100.
- sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Putakabarupress.
- Sumardi, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 12, No. 1.
- Suwikarmo, R. M. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Air Manado. *Jurnal Emba*, 410-421.
- Syafitri, A. Z. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Syahidin. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal Of Economics Review (GPJER)*, 20-32.
- Tjiptono. (2011). *Service Management Realizing Excellent Service*. ANDI
- Tjiptono. (2015). *Service Quality & Satisfaction (Edisi 4)*. Andi.
- Triyoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko.
- Widana, I. W. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang-Jawa Timur: KLIK MEDIA.