

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
RUMAH MAKAN RAJA SAMBAL PUJARASA CIKARANGRevi Nurmasari¹, Furi Indriyani², Rohani Lestari Napitupulu³¹²³ Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10450. [1]

Email korespodensi : revinurma2510@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek penting bagi usaha kuliner karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 99 pelanggan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 4,094 dan signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 3,273 dan signifikansi 0,001. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 41,878 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,466 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan menjelaskan 46,6% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 53,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important aspect for culinary businesses because it is related to customer retention and business competitiveness. This study aims to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction at Raja Sambal Pujarasa Restaurant Cikarang. The study used a quantitative approach and collected data through questionnaires from 99 customers. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results show that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 4.094 and a significance value of 0.000. Service quality also has a positive and significant effect, with a t-value of 3.273 and a significance value of 0.001. Simultaneously, price and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, with an F-value of 41.878 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination of 0.466 indicates that price and service quality explain 46.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 53.4% is explained by other factors outside the research model.

Keywords : Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagirism checker no 80

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/)

1. PENDAHULUAN

Persaingan pada usaha kuliner membuat pelaku usaha perlu memperhatikan pengalaman yang diterima pelanggan. Kepuasan pelanggan terbentuk ketika produk dan layanan yang diterima sesuai dengan kebutuhan serta harapan pelanggan. Dalam konteks rumah makan, harga dan kualitas pelayanan menjadi dua aspek yang dapat membentuk penilaian pelanggan terhadap nilai yang mereka terima.

Harga tidak hanya dipandang sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan, tetapi juga berkaitan dengan persepsi pelanggan mengenai keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing, dan manfaat yang diperoleh. Sementara itu, kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan usaha memenuhi kebutuhan pelanggan melalui pelayanan yang tepat, cepat, ramah, dan konsisten. Tjiptono dan Diana (2022) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap kesesuaian antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja produk atau jasa yang diterima.

Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang merupakan salah satu usaha kuliner yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan berhubungan dengan kepuasan mereka. Penelitian terdahulu dalam skripsi menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan telah banyak dikaji pada berbagai objek kuliner. Stephnie dan Mervin (2024) menemukan pengaruh positif dan signifikan harga serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC Girian. Sianturi et al. (2024) juga menemukan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran. Ramadhan et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah pelanggan Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang yang memiliki pengalaman langsung terhadap harga dan kualitas pelayanan. Data diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Jumlah responden sebanyak 99 orang.

Variabel independen terdiri atas Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Harga diukur melalui indikator keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi keberwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kepuasan pelanggan diukur melalui kepuasan keseluruhan, konfirmasi harapan, niat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Uji validitas menggunakan perbandingan r hitung dengan r tabel sebesar 0,197 pada taraf signifikansi 0,05. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	29	29,3%
	Perempuan	70	70,7%
Usia	< 20 tahun	12	12,1%
	20-30 tahun	70	70,7%
	31-40 tahun	9	9,1%
	> 40 tahun	8	8,1%
Pendidikan	SLTA/Sederajat	53	53,5%
	Diploma	2	2,0%
	S1	36	36,4%
	Lainnya	8	8,1%
Pendapatan	< Rp1 juta	27	27,3%
	Rp1-2 juta	23	23,2%
	Rp3-5 juta	33	33,3%
	> Rp5 juta	16	16,2%
Frekuensi kunjungan	1 kali	48	48,5%
	2-3 kali	36	36,4%
	> 3 kali	15	15,2%

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 70,7% dan berada pada kelompok usia 20-30 tahun sebesar 70,7%. Pendidikan terakhir paling banyak adalah SLTA/ sederajat sebesar 53,5%. Kelompok pendapatan terbesar adalah Rp3-5 juta sebesar 33,3%, sedangkan frekuensi kunjungan paling banyak adalah satu kali sebesar 48,5%.

3.2 Uji Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	8	0,801	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	14	0,894	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	8	0,805	Reliabel

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel 0,197 serta nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid. Hasil reliabilitas juga menunjukkan nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

3.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Hasil	Kriteria	Kesimpulan
Uji Normalitas	Asymp. Sig. = 0,200	Sig. > 0,05	Residual berdistribusi normal.
Uji Heteroskedastisitas	Sig. Harga = 0,747; Kualitas Pelayanan = 0,911 (Glejser)	Sig. > 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas	Tolerance = 0,544; VIF = 1,838 untuk kedua variabel independen	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas.
Uji Linearitas	Deviation from Linearity: Harga = 0,369; Kualitas Pelayanan = 0,437	Sig. Deviation from Linearity > 0,05	Hubungan Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan bersifat linear.

Pengujian asumsi klasik mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas. Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. sebesar 0,200 (> 0,05), sehingga residual berdistribusi normal. Uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi Harga sebesar 0,747 dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,911 (> 0,05), sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Pada uji multikolinearitas, kedua variabel memiliki nilai tolerance 0,544 (> 0,10) dan VIF 1,838 (< 10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji linearitas menunjukkan nilai Deviation from Linearity sebesar 0,369 untuk Harga dan 0,437 untuk Kualitas Pelayanan, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hubungan masing-masing variabel independen dengan Kepuasan Pelanggan dinyatakan linear dan model memenuhi keempat pengujian asumsi klasik tersebut.

3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	9,637	2,564		3,759	0,000
Harga (X1)	0,397	0,097	0,414	4,094	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)	0,178	0,054	0,331	3,273	0,001

Persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 9,637 + 0,397X_1 + 0,178X_2$. Koefisien Harga sebesar 0,397 menunjukkan arah positif, sedangkan koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,178 juga menunjukkan arah positif. Dengan demikian, peningkatan skor persepsi terhadap harga maupun kualitas pelayanan dalam model diikuti peningkatan skor kepuasan pelanggan.

3.5 Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Harga memiliki nilai t hitung sebesar 4,094 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut memenuhi kriteria pengujian pada taraf 5%, sehingga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini sejalan dengan Solihin et al. (2024) dan Permana et al. (2025) yang dalam penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen.

Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 3,273 dengan signifikansi 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini sejalan dengan Ramadhan et al. (2023), Sumarsid dan Paryanti (2022), serta Fahluzi dan Solihati (2024) yang menunjukkan hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan.

3.6 Uji Simultan (Uji F)

Sumber	df	F	Sig.
Regression	2	41,878	0,000
Residual	96		
Total	98		

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 41,878 dengan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Stephnie dan Mervin (2024), Sianturi et al. (2024), serta Solihin et al. (2024) yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada objek yang diteliti.

3.7 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,683	0,466	0,455	2,789

Nilai R Square sebesar 0,466 menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan menjelaskan 46,6% variasi Kepuasan Pelanggan. Sebesar 53,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Model penelitian memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 46,6%, sedangkan 53,4% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Bagi pengelola Rumah Makan Raja Sambal Pujarasa Cikarang, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menjaga kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan, mempertahankan kualitas pelayanan yang cepat dan responsif, serta melakukan evaluasi pelayanan secara berkala. Program loyalitas pelanggan, media penilaian pelayanan berbasis QR, dan standar waktu pelayanan sebagaimana direkomendasikan dalam skripsi dapat digunakan sebagai bentuk tindak lanjut praktis.

REFERENSI

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisa, E. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15-31.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddiin, B., Yuliani, Mahdari, H., Dwita, F., & Bavhtiar, N. K. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*.
- Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium.
- Ginting, C., & Bureni, H. E. (2025). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Haewoo Korean Food Surabaya, 5(12), 3296-3314.

- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe KO.WE.COK di Solo.
- Permana, et al. (2025). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Majalaya.
- Ramadhan, et al. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII.
- Salsabila, A., Herawati, E., & Atmanto, D. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi. *Adijaya Jurnal Multidisiplin*, 2, 1-22.
- Sianturi, I. S., Siagian, N., & Sinaga, K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Restoran APJ Yos Sudarso Kota Medan, 11(2), 92-101.
- Solihin, D., Setiyawan, Y., & Pamulang, U. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, 2(4), 1709-1722.
- Stephnie, & Mervin, T. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 3.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif.
- Sumarsid, & Paryanti, B. A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood (Studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., & Panatap, J. (2024). Konsep penelitian kuantitatif: Populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka), 3(1), 1-12.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). Manajemen dan strategi kepuasan pelanggan. Andi.
- Widanti, A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada konsumen Hypermart, 17(2), 172-186.
- Wijaya, R. B. W., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multitalenta*, 1(3), 133-142.
- Weni, I. (2022). Manajemen pemasaran.
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen pemasaran: Teori dan strategi. Forum Pemuda Aswaja.