
	<p align="center"><b>Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 01 No 01 Mei 2023</b>  <b>E ISSN : 2987-7903</b></p> <p align="center"><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	---	---

## **Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Kuwat Riyanto<sup>1\*</sup>, Satinah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pelita Bangsa

\*E-mail: [kuwat.riyanto@pelitabangsa.ac.id](mailto:kuwat.riyanto@pelitabangsa.ac.id)

Diterima: 15 April 2023

Direvisi: 02 Mei 2023

Dipublikasikan: 30 Mei 2023

### **Abstrak**

Perkembangan dunia usaha dan bisnis hingga saat ini tumbuh dengan pesat, salah satunya adalah dunia kuliner dan juga semakin banyak tempat makan di berbagai daerah dikalangan masyarakat, baik yang baru maupun yang sudah berdiri sejak lama. Hal tersebut membuat peneliti melakukan penelitian untuk menguji pengaruh dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*, yaitu metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan McDonald's Lippo Cikarang yang berdomisili di Cikarang dengan responden sebanyak 110 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan program SMART PLS 3.2.9 yang digunakan untuk menghitung dan analisis data untuk mengestimasi pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total. Studi yang dilakukan peneliti adalah untuk mengukur terkait adanya pengaruh positif dari beberapa indikator pada setiap variabel didalamnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh hipotesis tidak sepenuhnya sesuai dengan kebenarannya dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

### **Abstract**

*The development of the business and business world until now is growing rapidly, one of which is the culinary world and also more and more places to eat in various regions among the community, both new and long-established. This makes researchers conduct research to test the effect of price, product quality and service quality on customer satisfaction. The type of research used in this study is quantitative research with sampling techniques using probability sampling, namely the purposive sampling method. The population in this study was McDonald's Lippo Cikarang customers domiciled in Cikarang with 110 respondents. The data collection technique used is by distributing questionnaires. This study used the SMART PLS 3.2.9 program which was used to calculate and analyze data to estimate direct, indirect and total influences. The study conducted by the researcher is to measure the positive influence of several indicators on each variable in it. The results of this study state that the price variable has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, the product quality variable has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, and the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. This shows that the entire hypothesis does not fully correspond to its correctness in this study.*

**Keywords:** *price, product quality, service quality and customer satisfaction*

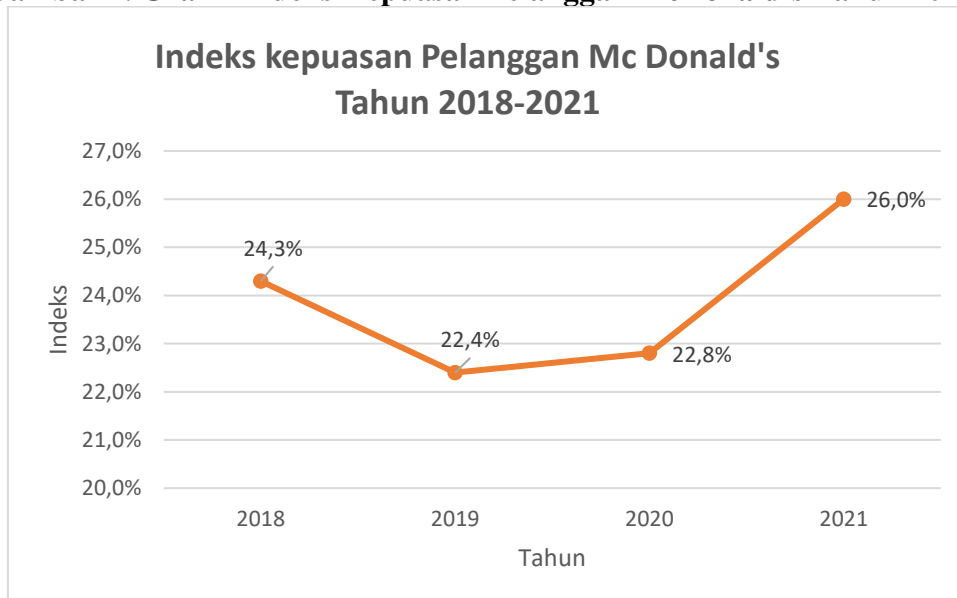
### **Pendahuluan**

Perkembangan dunia usaha dan bisnis saat ini tumbuh dengan pesat, berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat. Masyarakat sekarang menginginkan hal yang serba cepat dan instant, salah satunya yaitu makanan. Sehingga tidak heran apabila masyarakat pada jaman

sekarang lebih menyukai makanan cepat saji (*fast food*). Menikmati makanan cepat saji bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan primer tapi bagian dari gaya hidup.

Restoran cepat saji telah menjadi identitas tersendiri bagi kalangan tertentu, khususnya untuk kalangan remaja. Sebab itu, langkah penetrasi cukup tepat untuk McDonald's sebagai restoran cepat saji tidak boleh kehilangan momentum keunggulan yang jarang dimiliki restoran makanan cepat saji lainnya, yakni lebih memahami karakter dan selera konsumen. Menurunnya konsumen dikarenakan persaingan yang semakin tinggi dalam hal harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan yang ada. Oleh karena itu untuk mempertahankan minat dan kepuasan konsumen pihak manajemen sangat memperhatikan adanya faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen terutama dalam hal kepuasan pelanggan.

**Gambar 1. Grafik Indeks Kepuasan Pelanggan McDonald's Tahun 2018-2021**





Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Berdasarkan grafik diatas skor indeks pelanggan McDonald's Lippo Cikarang dari tahun 2018-2021 mengalami penurunan dan kenaikan. Pada tahun 2018 sebesar 24,3 %, tahun 2019 mengalami penurunan yang signifikan dengan nilai 22,4%, tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 22,8, dan di tahun 2021 diperoleh nilai indeks pelanggan tertinggi yaitu mencapai 26,0%.

Dengan adanya pesaing yang semakin banyak pada saat ini McDonald's harus menciptakan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang baik, dikarenakan hal tersebut sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dalam menentukan minat beli, informasi tentang harga sangat dibutuhkan dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Untuk harga di McDonald's Lippo Cikarang itu sendiri terjangkau tetapi untuk masyarakat kalangan bawah mungkin termasuk mahal karena keadaan perekonomian mereka yang sulit. Hasil penelitian Lenzun et al. (2014) menyatakan

	<p align="center"><b>Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 01 No 01 Mei 2023</b>  <b>E ISSN : 2987-7903</b></p> <p align="center"><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	---	---

bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian Noeraini (2016) yang mengungkapkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan kepuasan pemilihan suatu produk oleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Produk dengan kualitas baik akan lebih menarik bagi konsumen. Konsumen lebih mencari kualitas dalam membeli produk yang dibutuhkan sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas yang lebih berorientasi pada keputusan pembelian (Linda Puspitasari, 2016). Hasil penelitian Prandita dan Iriani (2013) menyatakan kualitas produk, kualitas layanan dan emosional mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan variabel yang dominan adalah kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Eva Agustina, 2019). Hasil penelitian Sembiring et al. (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Moha dan Loindong (2016) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Menurut Sudirman, et.al (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu impian yang diharapkan oleh perusahaan, karena tujuan konsumen dalam mengkonsumsi produk adalah bagi suatu perusahaan atau organisasi, kepuasan merupakan pondasi untuk meraih sasaran yang akan dicapai dan setiap pelanggan yang puas memiliki inisiatif menciptakan hubungan yang ramah. Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan pelanggan terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi dan harga yang diberikan oleh restoran pun terjangkau oleh kalangan mana saja. Sehingga konsumen merasakan suatu kepuasan tersendiri setelah berkunjung di restoran cepat saji tersebut.

Namun pada kenyataannya, restoran cepat saji seperti McDonald's ini masih mendapatkan beberapa keluhan dari pelanggannya. Keluhan yang dirasakan oleh pelanggannya yang pernah mengunjungi restoran ini yaitu seperti antrian yang panjang, makanan yang kurang memuaskan, lokasi parkir yang tidak luas serta kurangnya kebersihan restoran sehingga memunculkan ketidakpuasan pada pelanggan McDonald's Lippo Cikarang.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's Lippo Cikarang).

## Metode

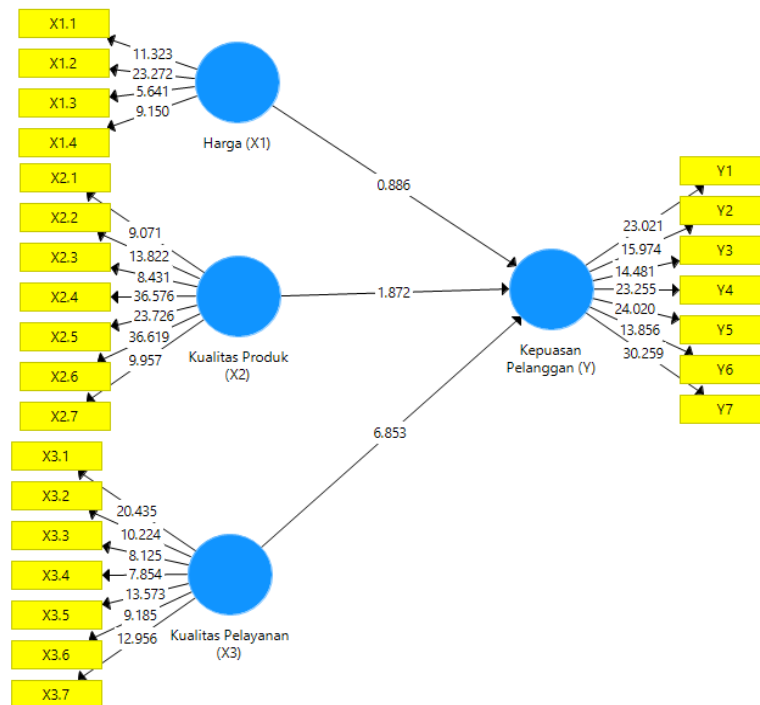
Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasinya yaitu masyarakat yang berdomisili di Cikarang yang sudah pernah berkunjung membeli produk dan menjadi pelanggan McDonald’s Lippo Cikarang sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi studi pustaka, observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan melalui google form dalam mengisi survei online. Dalam penelitian ini analisa data yang dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square* dengan menggunakan SmartPLS versi 3.2.9.

## Hasil dan Pembahasan



### 1. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model ini dilakukan dengan menggunakan koefisien. Berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan sebagai berikut:

**Gambar 2. Inner Model**



Sumber : Data primer diolah tahun 2022

	<p align="center"><b>Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 01 No 01 Mei 2023</b>  <b>E ISSN : 2987-7903</b></p> <p align="center"><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	---	---

## 2. R-Square ( $R^2$ )

Dari hasil output pengujian model struktural dapat dilihat dari korelasi dari masing-masing item untuk mengukur suatu variabel, sehingga diperoleh R-square sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil R-Square**

Model	R Square	Adjusted R-Square	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,871	0,867	Kuat

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan sajian data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R-Square untuk variabel harga, kualitas roduk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Tabel R-square diatas menunjukkan perbedaan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,871 atau 87,1%. Kemudian penilaian goodnees of fit menggunakan Q-square dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Q - \text{square} &= 1 - (1 - R^2_1) \\
 &= 1 - (1 - 0,871) \\
 &= 1 - 0,129 \\
 &= 0,871
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai Q-Square sebesar 0,871 atau sebesar 87,1% , artinya tingkat keberagaman model yang ditunjukan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya sebesar 0,871 atau 87,1% dan sisanya 0,129 atau sebesar 12,9% masih dipengaruhi faktor-faktor lainnya. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki goodnees of fit yang cukup baik.

## 3. Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar dapat menguji kaitan antar variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. uji hipotesa bisa dilihat melalui bootstrap. Prosedur bootstrap menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. Nilai signifikan yang digunakan (two-tailed) t-value 1,65 (significance level =10%), 1,96 (significance level = 5%) dan 2.58 (significance level = 1%) (Ghozali, 2013). Hasil pengujian hipotesis ini disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 2. Hipotesis**

	Sampel Asli (O)	Rata- rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ( O/STDEV )	P Values
<b>Harga (X1) → Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	0,114	0,109	0,129	0,886	0,376
<b>Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	0,204	0,223	0,109	1,872	0,062
<b>Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	0,651	0,644	0,095	6,853	0,000

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji yang disajikan pada tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:



1) Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari analisis menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan hasil uji hipotesis T-Statistics > daripada P-Value yaitu sebesar  $0,886 \geq 0,376$  dengan pengaruh 0,109 dan P-value <0,05 sebesar 0,375 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Annisa Fiazisyah dan Niken Purwidiani dalam e-journal Boga, Volume 7, No. 2, Edisi Yudisium Kedua 2018, Hal 168 – 187 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restouran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya.

2) Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari analisis menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan hasil uji hipotesis T-Statistics > daripada P-Value yaitu sebesar  $1,872 \geq 0,062$  dengan pengaruh 0,223 dan P-value <0,05 sebesar 0,062 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Muhammad Aldi Al Ridho dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593 yang berjudul Pengaruh kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen PT. FastFood Indonesia, Tbk, (Studi Kasus KFC BG Junction Surabaya).



	<p align="center"><b>Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 01 No 01 Mei 2023</b>  <b>E ISSN : 2987-7903</b></p> <p align="center"><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	---	---

### 3) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan



Berdasarkan hasil dari analisis menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan hasil uji hipotesis T-Statistics > daripada P-Value yaitu sebesar  $6,853 \geq 0,000$  dengan pengaruh 0,644 dan P-value <0,05 sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko, dan Saryadi dalam Jurnal Of Sosial and Politic Tahun 2013, Hal. 1-8 yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang.

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) McDonald's Lippo Cikarang secara parsial. Dengan hasil yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data menggunakan smartPLS menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: Harga (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan McDonald's mampu menarik perhatian pelanggan untuk berkunjung dan membeli produknya. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan McDonald's mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika semakin tinggi kualitas produk yang diberikan McDonald's, akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan atas produk tersebut. Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan McDonald's dengan memberikan layanan yang berkualitas dan sesuai harapan pelanggan. Jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan McDonald's, akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan atas pelayanan tersebut.

### Daftar Pustaka

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38-49.
- Al Ridho, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6),1–13.
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran o-mamamia steak and ice cream cabang jati semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2).
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2).

	<p align="center"><b>Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 01 No 01 Mei 2023</b>  <b>E ISSN : 2987-7903</b></p> <p align="center"><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	---	---

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Update PLS Regresi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lenzun, Jessica J, James D.D Massie dan Decky Adare. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA vol.2 no.3 September 2014.
- Moha, S. dan S. Loindong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. Jurnal EMBA 4 (1): 583.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(5).
- Prandita, L. dan S. S. Iriani. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store. Jurnal Ilmu Manajemen 1 (2): 586.
- Puspitasari, L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto) (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Sembiring, I. J., Suharyono, dan A. Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang). Jurnal Administrasi Bisnis 15(1): 7-9.
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(3), 66-76.