

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mcdonald Ceger Pondok Aren

Dicky Rachmandani<sup>1\*</sup>, Ahyani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

\* Corresponding author: [dickyrachmandani@gmail.com](mailto:dickyrachmandani@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Januari 2025 Disetujui Februari 2025 Diterbitkan Maret 2025</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Mcdonald Ceger Pondok Aren baik secara parsial maupun secara simultan. Metodologi penelitian yang digunakan menggunakan metode Asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mcdonald Ceger Pondok Aren, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana <math>Y = -0,092 + 0,779X</math>. Nilai korelasi sebesar 0,859 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi <math>R^2</math> sebesar 73,9%. Nilai <math>t_{hitung} 16,645 &gt; t_{tabel} 1,984</math> dengan signifikan <math>0,001 &lt; 0,05</math>. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana <math>Y = 3,858 + 0,812X^2</math>. Nilai korelasi sebesar 0,783 (hubungan kuat). Nilai koefisien determinasi <math>R^2</math> sebesar 61,3%. Nilai <math>t_{hitung} 12,452 &gt; t_{tabel} 1,984</math> dengan signifikan <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda <math>Y = -1,736 + 0,572X_1 + 0,308X_2</math>. Nilai korelasi sebesar 0,880 (hubungan sangat kuat). Nilai koefisien determinasi <math>R^2</math> sebesar 22,5%. Nilai <math>F_{hitung} 166,704 &gt; F_{tabel} 3,94</math> dengan tingkat signifikan <math>0,001 &lt; 0,05</math>.</p>
DOI: 10.32493/jism.v5i1	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Keywords:</b> Service Quality, Price, Consumer Satisfaction</p>	<p><i>This research aims to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at Mcdonald Ceger Pondok Aren, both partially and simultaneously. The research methodology used uses the associative method. The population in this study were all Mcdonald Ceger Pondok Aren customers, with a sample size of 100 respondents. The data analysis method uses simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, partial t test and simultaneous F test. The research results show that there is a positive and significant influence of service quality on Consumer Satisfaction at Mcdonald Ceger Pondok Aren, this can be proven from the simple linear regression equation <math>Y = -0.092 + 0.779X</math>. The</i></p>

correlation value is 0.859 (very strong). The RSquare coefficient of determination value is 73.9%. The t value is 16,645 > t table 1.984 with a significance of 0.001 < 0.05. There is a positive and significant influence of price on Mcdonald Ceger Pondok Aren Consumer Satisfaction, this can be proven from the simple linear regression equation  $Y=3,858+0.812X_2$ . The correlation value is 0.783 (strong relationship). The RSquare coefficient of determination value is 61.3%. The t value is 12,452 > t table 1.984 with a significance of 0.000 < 0.05. There is a positive and significant influence of service quality and price simultaneously on Mcdonald Ceger Pondok Aren Consumer Satisfaction, this can be proven from the multiple linear regression equation  $Y=-1,736+0.572X_1+0.308X_2$ . The correlation value is 0.880 (very strong relationship). The coefficient of determination R Square is 22.5%. Fcount value 166,704 > Ftable 3.94 with a significance level of 0.001 < 0.05.

**How to cite:** Rachmandani, D., & Ahyani, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*. 5(1). 1-12.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Salah satu jenis restoran cepat saji yang terkenal di Indonesia adalah McDonald's. McDonald's adalah sebuah perusahaan bisnis waralaba yang berasal dari Amerika yang didirikan pada tahun 1940 oleh Richard dan Maurice McDonald. Gerai pertama McDonald's pertama kali di Indonesia pada tahun 1991 di Jakarta dan pemilik waralabanya adalah PT Rekso Nasional Food (Wikipedia). Dilansir dari [financedetik.com](https://www.financedetik.com) melalui PT RNF Indonesia tahun 2021, saat ini McDonald's memiliki 200 gerai yang tersebar di Indonesia dan di Provinsi Bali saat ini McDonald's menambah 1 gerai yang baru berdiri di wilayah Kota Singaraja. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat tentu perusahaan harus mengupayakan agar menarik minat konsumen untuk membeli. Dalam menjamin mutu pelayanan serta produk yang ditawarkan di semua gerai McDonald's, PT. Rekso Nasional Food menggunakan standar operasional yang telah digariskan prinsipalnya, yaitu memastikan kualitas mutu produknya, memberikan kepuasan dalam pelayanan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Tjiptono, 2018:12). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding para pesaingnya. Kualitas pelayanan yang baik dan harga yang bersaing merupakan cara agar dapat

memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenangkan persaingan atau kompetisi dalam dunia bisnis. Penurunan jumlah konsumen McDonald's *delivery service* pada periode 2022-2023, disebabkan oleh pelaksanaan yang diberikan oleh McDonalds *delivery service* yang kurang memuaskan konsumen. *Complain* tersebut disebabkan oleh kinerja *delivery service* yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berbagai *complain* ini disebabkan oleh berbagai hal diantaranya waktu antar yang lama, McDonald's *delivery service crew* yang kurang ramah dalam melayani konsumen, ketidak cukupan dalam jumlah pesanan, sampai kondisi pesanan yang tidak utuh atau tidak sesuai dengan semestinya.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti itu memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama keinginan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan yang berhasil menjual produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan nama baik di mata konsumen. Layanan yang dimaksud antara lain layanan terkait penawaran produk atau jasa, layanan saat memberikan layanan, layanan terkait risiko yang terjadi saat menyediakan produk dan layanan lain. Menurut Tjiptono (2018:165) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan yang dinamis yang berhubungan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang kurang baik dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang rendah.

Di samping kualitas pelayanan, tinjauan terhadap harga juga penting, karena tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2018:121). Harga ialah pengorbanan riil dan materiil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, dengan mempertimbangkan dan membanding-bandingkan harga sebelum membeli. Menurut Kotler & Armstrong (2019:146) harga memiliki peran yang penting karena berkaitan dengan jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk atau jasa. Dengan harga yang ditawarkan mahal dapat memungkinkan rendahnya penjualan terhadap suatu produk. Apalagi McDonald's memiliki pesaing yang menyediakan variasi yang sama yaitu ayam goreng. Konsumen akan lebih selektif dalam membandingkan harga dari restoran cepat saji dengan yang lainnya. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada McDonald Ceger Pondok Aren baik secara parsial maupun secara simultan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kualitas Pelayanan**

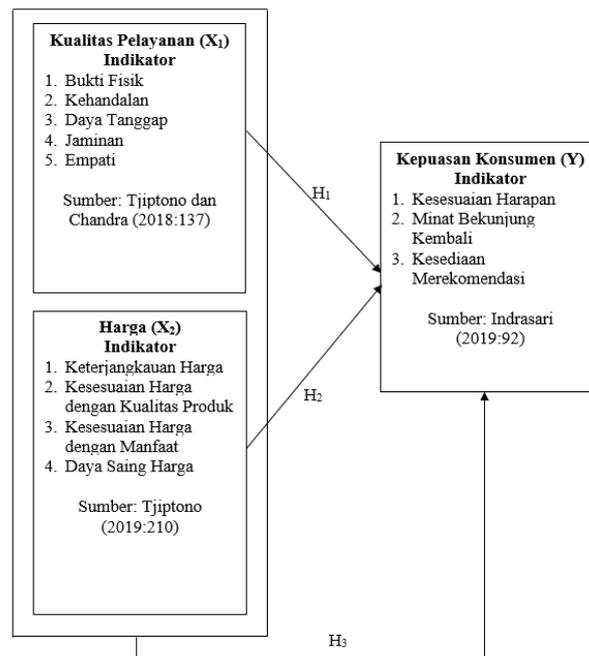
Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Indrasari (2019:61) mengatakan Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

## Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2019:63) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Biasanya dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan situasi persaingan yang ada dan membawa produk tersebut agar sejalan dengan persepsi pembeli. Menurut Sunyoto (2020:130) Harga adalah “uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara”. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.

## Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2018:139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara apa yang di harapkan dengan realitas yang sebenarnya. Terdapat dua kemungkinan yang akan terjadi setelah membandingkan antara realitas dengan harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas (kepuasan yang bersifat negatif). Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas (kepuasan yang bersifat positif).



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

## Hipotesis Penelitian

- H<sub>01</sub>  $\rho = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.  
 Ha<sub>1</sub>  $\rho \neq 0$  Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.
- H<sub>02</sub>  $\rho = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.  
 Ha<sub>2</sub>  $\rho \neq 0$  Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.
- H<sub>03</sub>  $\rho = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.  
 Ha<sub>3</sub>  $\rho \neq 0$  Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen Pada Mcdonald Ceger Pondok Aren.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert (Sugiyono, 2017:13). Tempat penelitian ini dilakukan pada Mcdonald Ceger Pondok Aren yang beralamat di Jl. Ceger Raya No.11, RT.01/RW.11, Jurang Mangu Barat, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15223. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli melalui *delivery service* pada McDonald's Pondok Aren sebanyak 11.834 di tahun 2023. Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin tersebut maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dengan Regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Regresi Linier Sederhana

**Tabel 1. Regresi Linier Sederhana (X<sub>1</sub>) Terhadap (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.092	1.748		-.052	.958
	Kualitas Pelayanan	.779	.047	.859	16.645	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = -0,092 + 0,779X_1$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar -0,092 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai -0,092. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0.779 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0.779 satuan.

**Tabel 2. Regresi Linier Sederhana (X<sub>2</sub>) Terhadap (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.858	2.016		1.914	.059
	Harga	.812	.065	.783	12.452	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 3,858 + 0,812X_2$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 3.858 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga (X<sub>2</sub>) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai 3.858. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,812 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,812 satuan.

## Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 3. Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.736	1.685		-1.031	.305
	Kualitas Pelayanan	.572	.069	.631	8.348	<.001
	Harga	.308	.078	.297	3.932	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:  $Y = -1.736 + 0,572X_1 + 0,308X_2$

- Konstanta sebesar -1.736 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan variabel harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka Kepuasan Konsumen akan tetap bernilai sebesar -1.736.
- Nilai regresi  $0,572X_1$  (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konsumen dengan demikian apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel harga ( $X_2$ ) dalam keadaan tetap, maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,572 satuan.
- Nilai regresi  $0,308X_2$  (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan Kepuasan Konsumen dengan demikian apabila variabel harga ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tetap, maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,308 satuan.

## Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 4. Koefisien Korelasi ( $X_1$ ) Terhadap ( $Y$ )**

		Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	.859**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,859 yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen memiliki tingkat hubungan sangat kuat.

**Tabel 5. Koefisien Korelasi ( $X_2$ ) Terhadap ( $Y$ )**

		Kepuasan Konsumen	Harga
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	.783**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Harga	Pearson Correlation	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel harga sebesar 0,783 yang artinya tingkat hubungan harga terhadap Kepuasan Konsumen memiliki tingkat hubungan kuat.

**Tabel 6. Koefisien Korelasi ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.880 <sup>a</sup>	.775	.770	4.943	1.914

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sebesar 0,880, masuk pada interval 0,80 – 1,00 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan sangat kuat.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7 Koefisien Determinasi ( $X_1$ ) Terhadap (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.739	.736	5.295

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 7, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi  $R$  Square sebesar 0,739 yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 73,9%, sedangkan sisanya sebesar 26,1% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 8 Koefisien Determinasi ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 <sup>a</sup>	.613	.609	6.446

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi  $R$  Square sebesar 0,613 yang artinya variabel harga ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 61,3%, sedangkan sisanya sebesar 38,7% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 9 Koefisien Determinasi ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.880 <sup>a</sup>	.775	.770	4.943	1.914

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,775 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 77,5%, sedangkan sisanya sebesar 22,5% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Uji Hipotesis Parsial**

**Tabel 10 Uji t Parsial (X<sub>1</sub>) Terhadap (Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.092	1.748		-.052	.958
	Kualitas Pelayanan	.779	.047	.859	16.645	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil olahan data SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 10 tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 16.645 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren.

**Tabel 11. Uji t Parsial (X<sub>2</sub>) Terhadap (Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.858	2.016		1.914	.059
	Harga	.812	.065	.783	12.452	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 11 tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 12.452 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren.

**Uji Hipotesis Simultan**

**Tabel 12 Uji F Hitung**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8145.286	2	4072.643	166.704	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	2369.754	97	24.430		
	Total	10515.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel 12 diperoleh nilai  $f_{hitung} 166.704 > f_{tabel} 3,94$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen mcdonald ceger pondok aren.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh Persamaan regresi linier sederhana  $Y = -0,092 + 0,779X_1$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar -0,092 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan ( $X_1$ ) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai -0,092. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,779 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,779 satuan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,859 masuk dalam interpretasi 0,80 – 1,00 dengan tingkat hubungan sangat kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen memiliki tingkat hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,739 yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 73,9%, sedangkan sisanya sebesar 26,1% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai  $t_{hitung} 16.645 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Avianty (2019) dan Indra (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini Mcdonald Ceger Pondok Aren perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan melihat semakin ketatnya persaingan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh persamaan regresi linier sederhana  $Y = 3,858 + 0,812X_2$ , Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 3,858 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga ( $X_2$ ) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai 3,858. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,812 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,812 satuan. Nilai korelasi variabel harga sebesar 0,783 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap Kepuasan Konsumen memiliki tingkat hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,613 yang artinya variabel harga ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 61,3%, sedangkan sisanya sebesar 38,7% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai  $t_{hitung} 12.452 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Augustine (2016) dan Sukmawati (2017) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penetapan harga yang tepat pada suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu di perhatikan Mcdonald Ceger Pondok Aren dalam mempertahankan dan memikat pelanggan.

### **Pengaruh kualitas pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = -1.736 + 0,572X_1 + 0,308X_2$ , Konstanta sebesar -1.736 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan variabel harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka Kepuasan Konsumen akan tetap bernilai sebesar -1.736. Nilai regresi  $0,572X_1$  (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konsumen dengan demikian apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel harga ( $X_2$ ) dalam keadaan tetap, maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,572 satuan. Nilai regresi  $0,308X_2$  (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan Kepuasan Konsumen dengan demikian apabila variabel harga ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tetap, maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,308 satuan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sebesar 0,880, masuk pada interval 0,80 – 1,00 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) memiliki tingkat hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,775 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 77,5%, sedangkan sisanya sebesar 22,5% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai  $F_{hitung} 166.704 > F_{tabel} 3,94$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suyitna (2017) dan Fadilah (2015) bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penetapan harga dan pemberian layanan yang berkualitas perlu diperhatikan dan dipertahakan oleh Mcdonald Ceger Pondok Aren guna menjaga dan memikat pelanggan agar tetap loyal terhadap Mcdonald Ceger Pondok Aren

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada Mcdonald Ceger Pondok Aren, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y = -0,092 + 0,779X$ . Nilai korelasi sebesar 0,859 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 73,9%. Nilai  $t_{hitung} 16.645 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y = 3.858 + 0,812X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,783 (hubungan kuat). Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 61,3%. Nilai  $t_{hitung} 12.452 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ .
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald Ceger Pondok Aren, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda  $Y = -1.736 + 0,572X_1 + 0,308X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,880 (hubungan sangat kuat). Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 22,5%. Nilai  $F_{hitung} 166.704 > F_{tabel} 3,94$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$

## DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P, L. (2019). Assessing The Effects of Service Quality on Customer Satisfaction. Vol. 9, 13-34.
- Agustine, D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Multilindo Utama Batam. *Jurnal Equilibiria*. Volume. 3 No. 2.
- Anggraeni, J., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap dap impulse buying di butik cassanova Semarang. *Journal of Management*, 2(2).
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Aria, M., & Atik, I., L. (2018). Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*.
- Ariani, S., Firdaus, M. R., & Hairudinor. (2019). Analysis of the Influence of Service Quality , Price , Trust and Corporate Image on Satisfaction and Customer Loyalty in Pt . Pos Indonesia Banjarmasin. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(2), 46–61.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/JEE.v2i1.3512>
- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicale Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 2.
- Catherine, & Mukti, A. H. (2022). The Influence of Price, Quality of Service, Advancement and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(3), 726–731.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal AdBispreneur*. 2(2). Hal. 107-115.
- Eka, N., & Sutedjo, B. (2023). Analisis Variasi Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Kopi Kenangan di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*. 8(2). Pages 408 – 418.
- Fadilah, Z. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi kasus pada pelanggan Lazada di Perkantoran The Plaza Office Tower Jakarta). Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31–40.
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kencana, P., & Kasdiyono, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 26-37. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.106>
- Muhlidin, M., Rowiyani, R., & Muslikhun, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ramai Semarang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(1), 130–141.
- Murni, R.A., & Widodo, D.E. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Mini Market Taqwa Mulia. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*. 2(3).
- Rahayu, S., & Syafe'I, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5(2).
- Rahmadani, F., Suardana, I. M., & Samudra, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 123–135.
- Rismayanti, E. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*. Special Edition, pp. 19-23.
- Saputra B. R., & Alvi, P. A. (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak, *TEPAK*. 7(2). Hal 285-293
- Septiana, A., Dawam, A., & Tarman, M. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- Sitinjak, I. (2018). Pengaruh Kewajaran Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Go-Ride) PT. Gojek Indonesia (studi Empiris pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 50-63.
- Solihin, D., & Ahyani, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 431–445.
- Sukmawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Suyitna. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Langgeng Jaya. Skripsi. Universitas Kristen Petra Surabaya
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018) Pemasaran Strategik: Domain, Determinan, Dinamika (Edisi 4) Penerbit Andi Yogyakarta.