



## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut Mall Mega Bekasi

Randy Reliantama Tanamas<sup>1\*</sup>, Suwardi Suwardi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Gunadarma, Indonesia

Alamat : Jl. Margonda Raya No. 100, 16421, Depok, Indonesia

Email : [randy.reliantama@gmail.com](mailto:randy.reliantama@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [suwardi@staff.gunadarma.ac.id](mailto:suwardi@staff.gunadarma.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak:** The fastfood business is one of the most competitive and rapidly growing businesses in Indonesia. people in urban areas, namely the tendency to get something instantly, one of which is fast food. This study aims to determine the effect of the variables Product Quality, Service Quality, and Price on Consumer Satisfaction at Pizza Hut restaurants. The sample was chosen by consumers who have purchased and eaten Pizza Hut at Mall Mega Bekasi. The data used is primary data, data collection is done by distributing questionnaires to 100 respondents. The test tools used are validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, and the coefficient of determination and the data is processed using SPSS v25 software. The results of this study indicate that the product quality variable partially has no significant effect on customer satisfaction, the service quality variable partially has a significant effect on customer satisfaction, the price variable partially has a significant effect on customer satisfaction while product quality, service quality and price simultaneously have an effect on satisfaction Pizza Hut Mall Mega Bekasi restaurant customers.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

**Abstrak:** Bisnis makanan cepat saji merupakan salah satu bisnis yang sangat kompetitif dan berkembang pesat di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat di daerah perkotaan yaitu kecenderungan untuk mendapatkan sesuatu secara instan salah satunya adalah makanan cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada restoran Pizza Hut. Sampel dipilih oleh konsumen yang pernah membeli dan makan Pizza Hut di Mall Mega Bekasi. Data yang digunakan adalah data primer, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Alat uji yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi serta data diolah menggunakan software SPSS v25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

### 1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan ekonomi yang sangat cepat dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan ditandai adanya kerja sama di bidang bisnis antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha luar negeri termasuk waralaba atau franchise. Di antara sekian banyak bisnis yang bisa dilakukan, franchise merupakan salah satu alternatif bisnis yang dipilih karena proses pengoperasiannya mudah dan sistem manajerial yang sudah jelas serta sesuai dengan standar operasi yang dilakukan oleh perusahaan umum.

Bisnis makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat di Indonesia. Saat ini di wilayah Bekasi semakin banyak dijumpai restoran cepat saji baik dari restoran lokal maupun restoran asing. Salah satu restoran asing yang berkembang di Bekasi adalah Pizza Hut. Pizza banyak digemari kalangan masyarakat karna dianggap restoran ini memiliki menu lengkap untuk hidangan pasta.

Banyaknya restoran fast food yang terus bermunculan terjadi karena adanya permintaan pasar yang menjanjikan. Top Brand Award sebagai perusahaan analisis brand performance telah melakukan survei terkait Top Brand di Indonesia. Adapun dalam kategori restoran fast food yang termasuk dalam Top Brand Award 2020 - 2022 fase 2 disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1 Top Brand Index Kategori Restoran Pizza**

|           | <b>Nama</b>   | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> |
|-----------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>1.</b> | Pizza Hut     | 55,6%       | 55,7%       | 53,7%       |
| <b>2.</b> | Dominos Pizza | 21,1%       | 20,5%       | 17,7%       |
| <b>3.</b> | Papa Ron's    | 11,4%       | 11,3%       | 11,0%       |
| <b>4.</b> | Gian Pizza    | 4,0%        | 4,7%        | 7,5%        |
| <b>5.</b> | Pizza Bar     | 3,4%        | 3,1%        | 4,2%        |

Berdasarkan data yang diperoleh dari top brand award tersebut dapat dilihat bahwa Pizza Hut berada di posisi pertama pada tahun 2020 sampai tahun 2022 dengan persentase 55,6% di tahun 2020 dan terjadi peningkatan di tahun 2021 dengan persentase 55,7% kemudian terjadi penurunan di tahun 2022 dengan persentase 53,8%. Dari data top brand index terlihat bahwa Pizza Hut menguasai pangsa pasar makanan fast food di Indonesia yang diikuti oleh Dominos Pizza, Papa Ron's, dan lainnya,

Objek pada penelitian ini adalah Pizza Hut yang merupakan salah satu brand pizza yang ada di Indonesia karena brand tersebut sudah banyak dikenal oleh kalangan masyarakat. Pizza Hut Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk

mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut mall mega Bekasi.

## **2. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya [4]. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen,

Berdasarkan penelitian yang dilakukan [2] menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan [1], [5] dan [6] yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dinyatakan atau tidak dinyatakan [4].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan [1], [3] dan [5] menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan [6] yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [4].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan [6] menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan [2] dan [5] yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 :Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

- H2 :Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.
- H3 :Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.
- H4 :Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Kota Bekasi yang pernah melakukan pembelian dan makan Pizza Hut di Mall Mega Bekasi. Dengan jumlah populasi belum diketahui maka dalam perolehan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus dari Rao Purba dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh jumlah responden sebanyak 96,04 namun sampel ditentukan menjadi 100 responden karena untuk mempermudah peneliti untuk perhitungan.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Terdapat dua puluh pernyataan yang terdapat pada kuesioner dan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran untuk menentukan persetujuan pernyataan dengan ketentuan kategori Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2) dan Sangat Tidak Setuju (1). Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas diantaranya Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) serta satu variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

#### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan Uji Parsial dan Simultan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun tahapan yang digunakan adalah dengan melakukan uji validitas dengan ketentuan  $r$  hitung harus lebih besar dari  $r$  tabel. uji reliabilitas memiliki ketentuan cronbach alpha harus lebih besar dari 0,6. Pada uji asumsi klasik menggunakan tiga metode perhitungan yaitu dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedestisitas. Sedangkan untuk mengetahui hubungan antara variabel X terhadap Y dihitung dengan menggunakan uji regresi liner berganda.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

## Uji Validitas

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data responden. Berdasarkan hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa setiap masing-masing indikator yang diberikan kepada 30 responden memiliki hasil yaitu nilai  $r$  hitung lebih besar  $r$  tabel yaitu sebesar 0,361.

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk serangkaian pengukuran yang memiliki konsistensi apabila alat ukur tersebut dilakukan secara berulang. Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

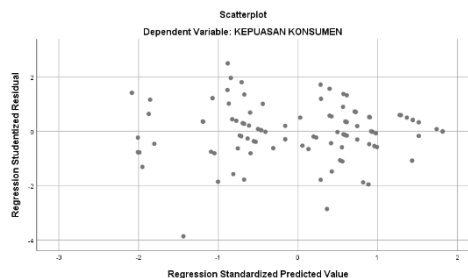
| Variabel                | Cronbach's Alpha | Nilai Reliabel | Keterangan |
|-------------------------|------------------|----------------|------------|
| Kualitas Produk (X1)    | 0,728            | 0,60           | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0,723            | 0,60           | Reliabel   |
| Harga (X3)              | 0,848            | 0,60           | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen (Y)   | 0,854            | 0,60           | Reliabel   |

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa setiap variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa hasil seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil dapat dilihat pada gambar Normal P-P Plot sebagai berikut :



**Gambar 1. Normal P-Plot**

Berdasarkan Gambar 1 grafik probability plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normal dan data terdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, berikut Multikolinearitas :

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

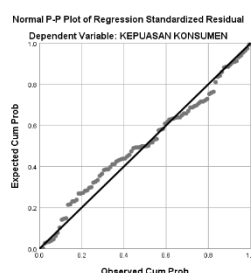
| Model              | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-------------------------|-------|
|                    | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       |                         |       |
| KUALITAS PRODUK    | .894                    | 1.119 |
| KUALITAS PELAYANAN | .631                    | 1.585 |
| HARGA              | .612                    | 1.635 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai pada kolom Collinearity Statistics pada kolom Tolerance memiliki nilai lebih dari 0,1 dari tiap variabel, sedangkan pada kolom VIF memiliki nilai kurang dari 10. dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara setiap variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka hasil uji heteroskedestisitas dapat di lihat pada gambar berikut :



**Gambar 2. Scatterplot**

Berdasarkan Gambar 2 dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak ada pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|------|
|                    | B                           | Std. Error |      |
| 1 (Constant)       | .412                        | 2.145      | .848 |
| KUALITAS PRODUK    | .167                        | .086       | .056 |
| KUALITAS PELAYANAN | .429                        | .099       | .000 |
| HARGA              | .388                        | .085       | .000 |

## a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel diatas maka diperoleh nilai persamaan regresinya sebesar  $Y = 0,412 + 0,167 + 0,429 + 0,388$  persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) sebesar 0,412 artinya jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga nilainya adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen sebesar 4,12.
2. Koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,167. Artinya jika variabel kualitas produk bertambah 1 maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,167.
3. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,429. Artinya jika variabel kualitas pelayanan bertambah 1 maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,429.
4. Koefisien regresi pada variabel harga (X3) sebesar 0,388. Artinya jika variabel harga bertambah 1 maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,388.

**Uji Parsial (Uji T)**

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.
- H3 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka diperoleh hasil uji parsial sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji T)**

| Coefficients <sup>a</sup> |       |      |
|---------------------------|-------|------|
| Model                     | t     | Sig. |
| 1 (Constant)              | .192  | .848 |
| KUALITAS PRODUK           | 1.937 | .056 |

|                    |       |      |
|--------------------|-------|------|
| KUALITAS PELAYANAN | 4.332 | .000 |
| HARGA              | 4.541 | .000 |

Berdasarkan tabel diatas a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

1. Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar 1,937 dengan nilai signifikan sebesar 0,056. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel 1,98 dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Maka H1 ditolak, artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut.
1. Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 4,332 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,98 dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Maka H1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut.
2. Harga memiliki nilai t hitung sebesar 4,541 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,98 dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Maka H1 diterima, artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut

### Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

H1 : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

#### ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 495.354        | 3  | 165.118     | 39.688 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 399.396        | 96 | 4.160       |        |                   |
| Total        | 894.750        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN



Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 39,688 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan jika H1 diterima. Artinya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

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

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Determinasi**

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .744 <sup>a</sup> | .554     | .540              | 2.040                      |

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS

PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,540 dan angka tersebut sama dengan 54,0%. Nilai tersebut menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki sumbangan pengaruh sebesar 54,0% dan sisanya 46,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga seperti promosi, citra merek dan lokasi.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. sedangkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Pizza Hut Mall Mega Bekasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.

- Budiarsih, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut di kota kediri. *Simki-Economic Vol. 01 No. 09 Tahun 2017*.
- Hanny, R., & Jayadih, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DOMINO'S PIZZA CABANG GRAND CENTRO BINTARO JAKARTA SELATAN. *Sosio E-Kons*, 12(02), 97. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i02.6221>
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Sanjaya, T., & Hastoko, Y. P. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan , kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Pizza Hut Komsen Jatiasih Bekasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 317–330.
- Suyono, Halim, M. P., Mukhsin, & Akri, P. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S PEKANBARU. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 70–84.
- Top Brand Awards. (2022). *Top Brand Pizza*. [https://www.topbrand-award.com/top-brandindex/?tbi\\_find=pizza hut](https://www.topbrand-award.com/top-brandindex/?tbi_find=pizza%20hut)