



Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran La Bella Italia Kota Wisata Cibubur

Karisma Oktapia^{1*}, Eulin Karlina²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

*Korepondensi Penulis: rismaoaktapia@gmail.com¹

Abstract. *By developing a good marketing strategy, entrepreneurs can maintain their business today and consumer satisfaction has an important role in a business, shown through consumer attitudes towards purchasing products sold. This study aims to determine the influence of product quality, service quality and price on consumer satisfaction at La Bella Italia Restaurant, Kota Wisata Cibubur. The research method used is quantitative statistics. The population of this study were consumers who visited to make purchases at La Bella Restaurant, Kota Wisata Cibubur. This study uses a simple random sampling technique without certain specific criteria using the Slovin formula approach by distributing questionnaires to 85 respondents. Data collection methods using observation, interviews and questionnaires with data processing using SPSS 25. Based on the results of the study, it shows that product quality has a significant effect on consumer satisfaction at La Bella Italia Restaurant, Kota Wisata Cibubur. Service quality has a significant effect on consumer satisfaction at La Bella Italia Restaurant, Kota Wisata Cibubur and Price has a significant effect on consumer satisfaction at La Bella Italia Restaurant, Kota Wisata Cibubur. Furthermore, product quality, service quality and price have a significant effect on consumer satisfaction at La Bella Italia Restaurant, Kota Wisata Cibubur.*

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

Abstrak. Mengembangkan strategi pemasaran yang baik, pengusaha bisa untuk mempertahankan bisnisnya di masa kini dan kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam sebuah bisnis, ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian produk yang dijual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif statistik. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung untuk melakukan pembelian di Restaurant La Bella Kota Wisata Cibubur. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* tanpa kriteria khusus tertentu dengan menggunakan pendekatan rumus slovin dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 responden. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan kuesioner dengan pengolahan data menggunakan SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resturant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resturant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resturant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Selanjutnya, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resturant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur.

Kata Kunci: Harga, Industri restoran, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

1. PENDAHULUAN

Pemasaran yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai produk yang dijual oleh perusahaan. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan mempertahankan, mendapatkan serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, mengantarkan dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Mengembangkan strategi pemasaran yang baik, pengusaha bisa untuk mempertahankan bisnisnya di masa kini. Pengusaha dapat melakukan tindakan untuk meningkatkan pasar, salah satunya adalah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, seperti memperkenalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan bisnisnya dan dapat bertahan dalam kondisi pasar saat ini.

Kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam sebuah bisnis, ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian produk yang dijual oleh Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Kepuasan konsumen keadaan dimana konsumen merasa puas dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap pengusaha bisnis dengan cara melakukan pembelian ulang. Sebaliknya jika konsumen merasa kecewa jika tidak dilayani dengan baik atau tidak memenuhi harapannya. Kondisi ini dapat mengakibatkan kehancuran pengusaha bisnis dimasa yang akan datang. Selama ini konsumen merasa puas sehingga ada pembelian ulang dan merekomendasikan ke orang lain.

Kualitas produk memiliki peran bagi Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur, dari segi rasa, bahan-bahan dan penyajian produk karena tanpa adanya produk yang berkualitas perusahaan tidak dapat mengembangkan kemajuan produknya. Kualitas produk mempunyai karakteristik, ciri dan spesifikasi yang melekat pada produk memiliki kelebihan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang diinginkan konsumen. Konsumen akan merasa puas dan cocok jika produk yang diberikan berkualitas baik dan memenuhi atau melebihi harapan konsumen terhadap produk yang diarasakannya.

Kualitas pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen pada Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur, selain itu juga berkaitan dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Sehingga kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dianggap sebagai kualitas yang baik.

Harga menjadi salah satu peran yang sangat penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan bagi Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Sehingga harga yang diberikan pemilik usaha Restaurant La Bella Italia sesuai dengan sasaran konsumen dalam perusahaan tersebut, sehingga harga untuk produk yang ditawarkan oleh pemilik usaha agar mencapai kebutuhan konsumen dengan memperhatikan kepuasan konsumen Restaurant la Bella Italia Kota Wisata Cibubur .

Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur adalah restoran yang berada di Kawasan kota wisata cibubur. Yang menjual kuliner khas Italia dalam suasana yang hangat dan ramah. Dikenal dengan berbagai rasa autentik seperti pizza, pasta dan hidangan laut, restoran ini salah satu favorit bagi para pecinta masakan Italia di daerah tersebut. Lokasinya yang strategis ditengah kawasan perumahan dan dekat dengan berbagai fasilitas umum menjadikan mudah diakses oleh pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diacu dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Haris, 2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Warung Bakso Iwan di Tana Taroja” penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk dan yang paling sedikit mempengaruhi adalah kualitas pelayanan. Disisi lain penelitian (Muazaroh et al., 2024) yang berjudul ‘Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Seta Prigen Pasuruan’ penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. namun secara parsial hanya variabel kualitas produk yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitian dilakukan pada konsumen restaurant la bella italia kota wisata cibubur.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk karena bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut (Harinie et al., 2023). Sedangkan, Menurut Arumsari, bahwa kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang diproduksi (Harinie et al., 2023).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckoff, Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan tidak hanya dipandang dari sudut pandang produsen, melainkan dari sudut pandang konsumen yang menggunakan pelayanan tersebut (Pertiwi, 2021). Sedangkan menurut N.L. Krisna, kualitas pelayanan adalah hasil yang harus

dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Di mana tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat (Pertiwi, 2021) .

Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh manfaat dari produk tersebut (Darmis, 2021). Sedangkan Menurut Philip Kotler, menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk atau layanan jasa. Artinya bahwa harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa (Darmis, 2021).

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan (Mangindara et al., 2022). Sedangkan menurut Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi pikiran pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan di bandingkan dengan pengorbanan yang di lakukan (Mangindara et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif statistika dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di Restaurant La Bella Italia. Jumlah populasi bulan April tahun 2025 dengan jumlah populasi 538 dari konsumen yang berkunjung ke Restarant La Bella Italia. Pengambilan data dilakukan secara acak menggunakan teknik *simple random sampling* tanpa kriteria khusus tertentu. Penelitian ini mempergunakan kuesioner agar guna mengetahui apakah variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) berpengaruh kepada kepuasan konsumen (Y) dimana ditujukan kepada konsumen Resataurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Dari hasil data yang didapat akan dilakukan analisis dengan menggunakan SPSS 25. Skala yang digunakan dalam penelitian ini skala likert. Adapun uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel /Indikator	Nilai R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,868	0,213	Valid
X1.2	0,875	0,213	Valid
X1.3	0,857	0,213	Valid
X1.4	0,887	0,213	Valid
X1.5	0,377	0,213	Valid
X1.6	0,853	0,213	Valid
X1.7	0,875	0,213	Valid
X1.8	0,872	0,213	Valid
X1.9	0,848	0,213	Valid
X1.10	0,359	0,213	Valid

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Dari tabel 1 di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel kualitas produk punya angka kolerasi lebih besar dari angka r tabel 0,213. Artinya dari hasil uji validitas penelitian ini seluruh pernyataan kualitas produk dinyatakan valid serta layak untuk dianalisis.

Berikut adalah tabel hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel /Indikator	Nilai R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0768	0,213	Valid
X2.2	0,747	0,213	Valid
X2.3	0,770	0,213	Valid
X2.4	0,809	0,213	Valid
X2.5	0,874	0,213	Valid
X2.6	0,835	0,213	Valid
X2.7	0,824	0,213	Valid
X2.8	0,802	0,213	Valid
X2.9	0,862	0,213	Valid
X2.10	0,809	0,213	Valid
X2.11	0,868	0,213	Valid
X2.12	0,840	0,213	Valid
X2.13	0,818	0,213	Valid
X2.14	0,862	0,213	Valid
X2.15	0,752	0,213	Valid
X2.16	0,245	0,213	Valid
X2.17	0,371	0,213	Valid
X2.18	0,357	0,213	Valid
X2.19	0,305	0,213	Valid
X2.20	0,279	0,213	Valid

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Dari tabel 2 di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel kualitas pelayanan punya angka kolerasi lebih besar dari angka r tabel 0,213. Artinya dari hasil uji validitas penelitian ini seluruh pernyataan kualitas pelayanan dinyatakan valid serta layak untuk dianalisis.

Berikut adalah tabel hasil uji validitas variabel harga:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel /Indikator	Nilai R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0,865	0,213	Valid
X3.2	0,849	0,213	Valid
X3.3	0,815	0,213	Valid
X3.4	0,806	0,213	Valid
X3.5	0,844	0,213	Valid
X3.6	0,367	0,213	Valid
X3.7	0,456	0,213	Valid
X3.8	0,368	0,213	Valid

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel harga punya angka kolerasi lebih besar dari angka r tabel 0,213. Artinya dari hasil uji validitas penelitian ini seluruh pernyataan harga dinyatakan valid serta layak untuk dianalisis.

Berikut adalah tabel hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel /Indikator	Nilai R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,959	0,213	Valid
Y.2	0,918	0,213	Valid
Y.3	0,953	0,213	Valid
Y.4	0,927	0,213	Valid
Y.5	0,949	0,213	Valid
Y.6	0,957	0,213	Valid

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Dari tabel 4 di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel kepuasan konsumen punya angka kolerasi lebih besar dari angka r tabel 0,213. Artinya dari hasil uji validitas penelitian ini seluruh pernyataan kualitas produk dinyatakan valid serta layak untuk dianalisis.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,931	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,944	0,60	Reliabel
Harga	0,844	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,975	0,60	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Kuesioner akan dinyatakan reliabel apabila angka koefisien reabilitas mencapai 0,60. Berdasarkan pada tabel hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan masing-masing angka koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 sehingga kuesioner dinyatakan valid.

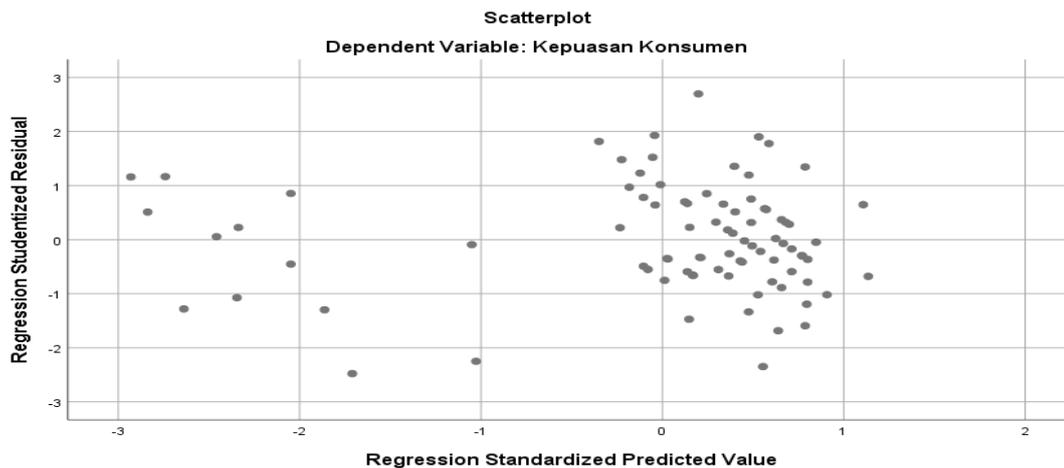
Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas Data****Tabel 6.** Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.000000
	Std. Deviation	2.367186892
Most Extreme Differences	Absolute	0.052
	Positive	0.052
	Negative	-0.052
Test Statistic		0.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Pada Tabel 6 diatas dapat dilihat hasil uji normalitas pada Kolmogorov-Smirnov nilai Asymp Sig. (2-tailed) senilai $0,200 > 0,05$. Dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 1 diatas, bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan, menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a			T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.795	1.473		-3.935	0.000		
	Kualitas Produk	0.096	0.046	0.148	2.097	0.039	0.425	2.352
	Kualitas Pelayanan	0.145	0.028	0.417	5.274	0.000	0.338	2.963
	Harga	0.411	0.071	0.429	5.815	0.000	0.387	2.582

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas produk (X1) adalah $2,352 < 10$ dan nilai tolerance $0,425 > 0,1$ sedangkan nilai VIF variabel kualitas pelayanan (X2) adalah $2,963 < 10$ dan nilai tolerance $0,338 > 0,1$ kemudian nilai VIF variabel harga (X3) adalah $2,582 < 10$ dan nilai tolerance $0,387 > 0,1$. Maka tidak terjadinya multikolinearitas.

Pengujian Hipotesis

Uji T (Parsial)

- Uji T Hipotesis Diduga Terdapat Pengaruh Signifikan Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji T Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Model		Coefficients ^a		T	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1	(Constant)	3.739	1.899	1.969	0.052
	Kualitas Produk	0.488	0.048	0.747	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan.

- b. Uji T Hipotesis Diduga Terdapat Pengaruh Signifikan Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 9. Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.041	1.638		-0.635	0.527
	Kualitas Pelayanan	0.297	0.020	0.851	14.793	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan.

- c. Uji T Hipotesis Diduga Terdapat Pengaruh Signifikan Secara Parsial Antara Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 10. Hasil Uji T Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.193	1.812		-1.762	0.082
	Harga	0.812	0.056	0.847	14.533	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 10 menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan.

Uji F (Simultan)

Tabel 11. Hasil Uji F

Model		ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	
1	Regression	2283.347	3	761.116	130.976	.000 ^b
	Residual	470.700	81	5.811		
	Total	2754.047	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji f (simultan) dari tabel 11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan hipotesis keempat membuktikan Ho4 ditolak dan Ha4 diterima. Berlandaskan cara pengambilan keputusan uji simultan terdapat pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi Parsial

- a. Uji koefisien Determinasi Parsial kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk (X1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	0.558	0.552	3.83128

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (kualitas produk) pada tabel 12 dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,558. Yang berarti variabel kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 58,8% kepada kepuasan konsumen. Sisanya ($100\% - 58,8\%$) = 41,2% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

- b. Uji koefisien Determinasi Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Pelayanan (X2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	0.725	0.722	3.02073

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (kualitas pelayanan) pada tabel 13 dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,725. Yang berarti variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 72,5% ($100\% - 72,5\%$) = 27,5% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

c. Uji koefisien Teterminasi Parsial Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Harga (X3)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	0.718	0.714	3.05957

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (harga) pada tabel 14 dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,718. Yang berarti variabel harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 71,8%. Sisanya (100% - 71,8%) = 28,2% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Uji Koefisien Determinasi Simultan**Tabel 15.** Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	0.829	0.823	2.41063

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

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan Hasil pengujian koefisien determinasi simultan pada tabel 15 dipengaruhi nilai R square sebesar 0,829. Yang berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 82,9%. Sisanya (100% - 82,9%) = 17,1% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 16.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.795	1.473		-3.935	0.000
	Kualitas Produk	0.096	0.046	0.148	2.097	0.039
	Kualitas Pelayanan	0.145	0.028	0.417	5.274	0.000
	Harga	0.411	0.071	0.429	5.815	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 16 di atas maka hasil analisis regresi berganda ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -5,795 + 0,096X_1 + 0,145X_2 + 0,411X_3$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta adalah sebesar -5,795 hal ini menunjukkan apabila apabila variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga adalah bernilai nol atau tetap, maka besarnya kepuasan konsumen adalah -5,795.
- b. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0,096. Korelasi positif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki arah hubungan searah antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila kualitas produk naik maka kepuasan konsumen juga akan naik.
- c. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,145. Korelasi positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki arah hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Artinya, apabila kualitas pelayanan naik maka kepuasan konsumen juga akan naik.
- d. Nilai koefisien regresi harga adalah 0,411. Korelasi positif menunjukkan bahwa variabel harga memiliki arah hubungan searah antara harga dengan kepuasan konsumen. Artinya, semakin terjangkau harga maka kepuasan konsumen juga akan naik.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan. Pengaruh signifikan tersebut menandakan setiap peningkatan dalam kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat dibuktikan Restaurant La Bella Italia memiliki penyajian makanan dan minuman tampak menarik dan menggugah selera, dan desain penyajian makanan dan minuman pada Restaurant La Bella Italia menunjukkan perhatian terhadap detail dan kualitas.

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (Kualitas Produk) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,558. Yang berarti variabel kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 58,8% kepada kepuasan konsumen. Sisanya $(100\% - 58,8\%) = 41,2\%$ dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristian & Priyowidodo, 2025) dan (Gunawan et al., 2023) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan. Pengaruh signifikan tersebut menandakan setiap peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat dibuktikan Restaurant La Bella Italia menanggapi permintaan konsumen dengan segera dan Restaurant La Bella Italia menyediakan meja, kursi, wastafel, wifi dan toilet dalam keadaan baik sehingga membuat nyaman.

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (Kualitas Pelayanan) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,725. Yang berarti variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 72,5%. Sisanya ($100\% - 72,5\%$) = 27,5% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aris Ariyanto & Maissy Lugina Diana, 2024) dan (Maharani et al., 2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan. Pengaruh signifikan tersebut menandakan penentuan harga yang tepat terhadap produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat dibuktikan Saya merasa puas dengan kebijakan harga karena makanan dan minuman yang disajikan sesuai yang diharapkan pelanggan Restaurant La Bella Italia dan Harga yang diberikan Restaurant La Bella Italia sesuai dengan manfaat produk yang dibutuhkan konsumen.

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (Harga) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,718. Yang berarti variabel harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 71,8%. Sisanya ($100\% - 71,8\%$) = 28,2% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Nofitasari & Hastuti, 2024) dan (Diwantara et al., 2024) bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan uji f (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan hipotesis keempat membuktikan Ho4 ditolak dan Ha4 diterima. Berlandaskan cara pengambilan keputusan uji simultan terdapat pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Berdasarkan Hasil pengujian koefisien determinasi simultan dipengaruhi nilai R square (R²) sebesar 0,829. Yang berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 82,9%. Sisanya $(100\% - 82,9\%) = 17,1\%$ dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muazaroh et al., 2024) dan (Ade Siantry et al., 2024) bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Pada Restaurant La Bella Kota Wisata Cibubur, setelah menyelesaikan seluruh pengujian penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1). Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. maka H1 ditolak dan Ha1 diterima artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X1), terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan dan berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (kualitas produk) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,558. Yang berarti variabel kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 58,8% kepada kepuasan konsumen. Sisanya $(100\% - 58,8\%) = 41,2\%$ dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti. (2). Terdapat pengaruh signifikan anantara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan dan berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (kualitas pelayanan) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,725. Yang berarti variabel kualitas

pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 72,5%. Sisanya (100% - 72,5%) = 27,5% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti. (3). Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_03 ditolak dan H_a1 diterima artinya terdapat pengaruh harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan dan berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (Harga) dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,718. Yang berarti variabel harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 71,8%. Sisanya (100% - 71,8%) = 28,2% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti. (4). Terdapat pengaruh antara Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang menunjukkan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan H_04 ditolak dan H_a4 diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen. Dari uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen secara bersama-sama pada konsumen Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. Dan berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi simultan dipengaruhi nilai R square (R^2) sebesar 0,829. Yang berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 82,9%. Sisanya (100%-82,9%) = 17,1% dipengaruhi variabel lain dimana tidak diteliti.

Saran

Beberapa hal mengenai penelitian ini yang dapat dijadikan saran yakni: (1). Disarankan bagi pihak Manajemen Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur lebih memperhatikan antara produk makanan minuman sesuai dengan informasi yang tertera pada menu dan disarankan bagi Resturant La Bella Kota Wisata Cibubur lebih meningkatkan dalam memberikan layanan yang cepat dan efisien kepada konsumen. (2). Disarankan bagi pihak manajemen di Restaurant La Bella Italia Kota Wisata Cibubur harga setiap menu lebih terjangkau dan disarankan bagi pihak manajemen Restaurant La Bella Kota Wisata Cibubur dapat lebih meningkatkan dan mempertimbangkan dalam memenuhi kepuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. (3). Bagi pihak selanjutnya yang ingin melakukan penelitian, diharapkan melakukan penelitian dengan variabel berbeda dengan menghasilkan pengujian lebih banyak landasan teori maupun referensi agar memperoleh penelitian yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Siantry, A., Untari, D. T., & Andrian, A. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 211–222. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202>
- Ariyanto, A., & Diana, M. L. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Poxel Home Panjang Jakarta Barat. *JOTIKA Journal in Management and Entrepreneurship*, 3(2), 76–86. <https://doi.org/10.56445/jme.v3i2.140>
- Darmis, M. P. (2021). *Hal-hal yang mempengaruhi harga kamar*.
- Diwantara, V., Sissah, U., Saputra, R. W., & Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan Alfa Studio di Merlung Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen*, 2(2), 759–772. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.1036>
- Gunawan, I., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.114>
- Harinie, L. T. H., Tryono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N. P., Suyatno, A., Syahputra, W., Khasanah, J. S. N., Yuswo, I., Sakti, D. P. B., Ilham, B. U., & Mansur, D. M. (2023). *Perilaku konsumen dan strategi konsumen*.
- Haris, A. (2023). Pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 334–348. ISSN: 2774-2563.
- Kristian, A., & Priyowidodo, A. (2025). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk Puyo Silky Desserts: Studi kasus pada konsumen di Kota Tangerang. *EMaBi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 37.
- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v1i3.390>
- Mangindara, R., Rahmadani, S., & Devi, S. (2022). *Manajemen jaminan mutu kesehatan*.
- Muazaroh, N., Febriansah, R. E., & Indayani, L. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1832–1839. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1775>
- Nofitasari, L., & Hastuti, M. A. S. W. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen skincare The Originote pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. *Jurnal Economina*, 3(7), 697–703. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i7.1385>
- Nurdin, I., & Sri, H. (2019). *Metodologi penelitian sosial*.
- Pertiwi, R. D. (2021). *Pemasaran jasa pariwisata*.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.