

PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN JEPUN TULUNGAGUNG

Edial Nanang Setiawan

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Balitar

Email: : edialnanangsetiawan@unisbablitar.ac.id

Informasi	Abstract
Volume : 3 Nomor : 1 Bulan : Januari Tahun : 2026 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>This study is motivated by the increasing number of visitors to Rocket Chicken Jepun Branch, Tulungagung, particularly during Ramadan until after the Eid al-Fitr holiday in 2024. In the context of intense competition in the fast-food industry, price and service are two important factors presumed to influence customer satisfaction. This research aims to examine the effect of price and service on customer satisfaction. The study employs a quantitative method using a multiple linear regression approach. The research sample consists of 100 respondents selected through purposive sampling, with criteria of being at least 18 years old and having made a minimum of two purchases. Data analysis was conducted using SPSS, including validity and reliability tests, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that both price and service have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The R^2 value of 0.462 indicates that price and service explain 46.2% of the variation in customer satisfaction. The study concludes that competitive pricing strategies and excellent service are key factors in building customer satisfaction in the fast-food industry.</i></p>

Keyword: price, service, customer satisfaction, fast food, Rocket Chicken

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya jumlah pengunjung Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung, khususnya selama Ramadan hingga pasca Hari Raya Idul Fitri tahun 2024. Dalam kondisi persaingan bisnis makanan cepat saji yang ketat, harga dan pelayanan menjadi dua aspek penting yang diduga memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria berusia minimal 18 tahun dan pernah membeli minimal dua kali. Teknik analisis data menggunakan SPSS dengan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik harga maupun pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R^2 sebesar 0,462 menunjukkan bahwa harga dan pelayanan mampu menjelaskan 46,2% variasi kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi harga yang kompetitif dan pelayanan yang unggul merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan di industri makanan cepat saji.

Kata Kunci: harga, pelayanan, kepuasan pelanggan, makanan cepat saji, Rocket Chicken

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan cepat saji di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menginginkan kecepatan, efisiensi, dan kenyamanan dalam mengonsumsi makanan. Di tengah persaingan yang ketat antar pelaku bisnis kuliner, keberhasilan sebuah merek dalam menarik dan mempertahankan pelanggan menjadi indikator penting dari daya saing usaha tersebut.

Salah satu fenomena menarik terjadi pada gerai Rocket Chicken di wilayah Jepun, Kabupaten Tulungagung. Meskipun persaingan makanan cepat saji di daerah tersebut cukup tinggi, gerai Rocket Chicken menunjukkan peningkatan pengunjung dan pembeli yang sangat signifikan, khususnya menjelang Ramadan, selama Ramadan, dan pasca Hari Raya tahun 2024. Ramainya pengunjung yang terus meningkat dari bulan ke bulan menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor apa yang mendorong preferensi konsumen terhadap Rocket Chicken dibandingkan dengan kompetitor lain yang menawarkan harga serupa.

Secara umum, dua variabel yang sering menjadi perhatian dalam analisis kepuasan pelanggan pada bisnis makanan cepat saji adalah harga dan layanan. Rocket Chicken dinilai memiliki strategi harga yang relatif bersaing, namun menawarkan nilai tambah dalam aspek layanan, seperti adanya kebijakan kompensasi atas ketidaksesuaian pesanan, termasuk pengembalian dana dan pemberian makanan gratis jika terjadi kesalahan pelayanan. Keunikan dalam pelayanan ini diperkirakan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung meningkatkan loyalitas serta jumlah kunjungan.

Perilaku konsumen merupakan inti dari proses pemasaran karena mencerminkan bagaimana individu membuat keputusan terkait pembelian dan konsumsi produk maupun jasa. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks bisnis makanan cepat saji seperti Rocket Chicken di Tulungagung, proses ini tidak hanya melibatkan keputusan membeli makanan, tetapi juga mencakup penilaian konsumen terhadap harga, kecepatan pelayanan, serta kualitas interaksi selama transaksi. Schiffman dan Kanuk (2010) menambahkan bahwa perilaku konsumen mencakup tahap pencarian, pembelian, penggunaan, evaluasi, dan pembuangan produk yang semuanya bermuara pada satu hal: sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Bila layanan yang diterima sesuai atau melampaui ekspektasi, maka akan timbul kepuasan yang pada akhirnya mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Selanjutnya, Solomon (2018) menyatakan bahwa perilaku konsumen tidak hanya berfokus pada tindakan pembelian semata, tetapi juga pada seluruh pengalaman psikologis dan sosial yang menyertai proses konsumsi. Dalam kasus Rocket Chicken, pengalaman pelanggan seperti keramahan karyawan, ketepatan penyajian makanan, hingga program layanan tambahan seperti garansi makanan (refund jika makanan tidak sesuai) menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi positif konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Oliver (1997), yang menyebut bahwa kepuasan konsumen merupakan respons emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi berdasarkan perbandingan antara harapan awal dan kenyataan yang diterima. Jika Rocket Chicken mampu memberikan pengalaman yang konsisten dan melebihi ekspektasi tersebut, maka bukan hanya kepuasan yang akan diperoleh, tetapi juga loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Kepuasan pelanggan tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, di antaranya harga dan kualitas layanan. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018), harga merupakan indikator utama nilai yang dirasakan pelanggan, terutama dalam industri yang sangat kompetitif seperti makanan cepat saji. Harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan akan membentuk persepsi keadilan dan mendorong kepuasan. Di sisi lain, layanan juga memainkan peran krusial dalam membentuk pengalaman konsumen. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) melalui model SERVQUAL menyebutkan bahwa dimensi-dimensi layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik menjadi penentu utama dalam menilai kualitas layanan yang akhirnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks Rocket Chicken Tulungagung, strategi harga yang terjangkau serta layanan kompensasi atas kesalahan pesanan menjadi kombinasi yang diyakini turut membentuk kepuasan konsumen secara menyeluruh.

Kotler dan Keller (2016), *kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya*. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas bahkan sangat puas. Dalam konteks Rocket Chicken di Tulungagung, kepuasan pelanggan tercermin dari bagaimana konsumen menilai pengalaman mereka terkait kualitas makanan, harga, dan pelayanan yang diterima selama transaksi. Kepuasan ini menjadi faktor penting karena dapat memengaruhi keputusan pembelian ulang serta loyalitas terhadap merek. Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini meliputi

kecocokan harapan dan hasil layanan, kepuasan terhadap pengalaman konsumsi secara keseluruhan, keinginan untuk membeli ulang, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), *harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut*. Dalam konteks bisnis makanan cepat saji seperti Rocket Chicken di Tulungagung, harga menjadi salah satu pertimbangan utama pelanggan karena segmen pasarnya umumnya sensitif terhadap biaya. Meskipun Rocket Chicken bersaing dalam kategori harga yang relatif setara dengan kompetitornya, konsumen tetap menunjukkan preferensi tinggi karena mereka merasa harga yang dibayarkan sepadan dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, persepsi terhadap harga yang adil dan terjangkau sangat berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Indikator harga dalam penelitian ini mengacu pada persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, serta kesesuaian harga dengan pesaing.

Pelayanan merupakan salah satu faktor kunci dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), *pelayanan adalah segala aktivitas yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan, serta bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen*. Dalam bisnis makanan cepat saji seperti Rocket Chicken di Tulungagung, pelayanan menjadi nilai tambah penting yang membedakan satu merek dari lainnya. Rocket Chicken, misalnya, memberikan layanan kompensasi bagi pelanggan jika terjadi kesalahan dalam penyajian makanan, seperti keterlambatan, makanan dingin, atau tidak adanya nota, yang menciptakan kesan tanggung jawab dan responsivitas. Layanan semacam ini meningkatkan persepsi positif pelanggan dan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan. Indikator pelayanan dalam penelitian ini mencakup ketepatan layanan, keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan atau kompensasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Rachmawati (2021) meneliti restoran cepat saji di Surabaya dan menemukan bahwa harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, namun fokus penelitiannya berada di wilayah perkotaan besar. Nugroho dan Lestari (2020) hanya meneliti pengaruh harga pada waralaba minuman kekinian, tanpa mempertimbangkan aspek pelayanan yang menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

Sementara itu, Sari dan Pratama (2019) lebih menekankan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada usaha mikro kuliner, tetapi tidak mengikutsertakan variabel harga. Wahyuni (2022) meneliti layanan drive thru restoran cepat saji dan menemukan bahwa kecepatan dan keakuratan layanan memengaruhi kepuasan, namun tidak menyinggung aspek harga. Fitriani (2023) menguji pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak memasukkan variabel pelayanan, sehingga belum memberikan gambaran menyeluruh.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjanganbaik dari sisi lokasi penelitian, objek (merek lokal seperti Rocket Chicken), maupun kombinasi variabel yang diuji. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara simultan pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada gerai Rocket Chicken di Tulungagung, yang memiliki karakteristik konsumen lokal tersendiri dan sedang mengalami perkembangan pesat.

Merujuk pada uraian latar belakang, kajian teori, dan tinjauan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa harga dan pelayanan merupakan dua faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dalam industri makanan cepat saji yang sangat kompetitif. Rocket Chicken di Tulungagung menjadi fenomena menarik karena mengalami lonjakan kunjungan konsumen tanpa adanya perubahan signifikan dalam harga, namun dengan pendekatan layanan yang khas. Hal ini menunjukkan pentingnya mengkaji sejauh mana persepsi konsumen terhadap harga dan layanan dapat membentuk kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah penelitian sebelumnya, serta memberikan kontribusi empiris dalam memahami perilaku konsumen lokal pada sektor usaha waralaba makanan cepat saji.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini sesuai digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rocket Chicken di Tulungagung secara statistik. Penelitian asosiatif dengan analisis regresi memungkinkan peneliti menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan terikat secara objektif (Sanusi, 2011).

Penelitian dilakukan di gerai Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung, dengan waktu pengumpulan data berlangsung pada tahun 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian selama periode Januari hingga Desember 2024. Penarikan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu konsumen berusia minimal 18 tahun dan telah melakukan pembelian minimal dua kali. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, dengan mempertimbangkan keterwakilan dan efisiensi pengumpulan data (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket tertutup (kuesioner) dengan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5), sebagaimana disarankan oleh Umar (2005). Kuesioner disusun berdasarkan tiga variabel utama:

1. Harga, dengan indikator: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan pesaing.
2. Pelayanan, dengan indikator: ketepatan layanan, keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan/kompensasi.
3. Kepuasan pelanggan, dengan indikator: kesesuaian harapan dan kenyataan, kepuasan secara keseluruhan, keinginan membeli ulang, dan kesediaan merekomendasikan.

Sebelum digunakan, instrumen diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen (Ghozali, 2018). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda, yang dilengkapi dengan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, dan uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan antar variabel. Semua pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi terbaru.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Mean	Standar Deviasi
Harga (X_1)	100	4,12	0,54
Pelayanan (X_2)	100	4,25	0,46
Kepuasan Pelanggan (Y)	100	4,30	0,49

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai rata-rata sebesar 4,12 dengan standar deviasi 0,54. Ini menunjukkan

bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa harga Rocket Chicken dinilai terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Variabel pelayanan memiliki rata-rata sebesar 4,25 dengan standar deviasi 0,46, yang menandakan bahwa mayoritas responden menilai pelayanan Rocket Chicken sebagai baik, terutama dalam aspek ketepatan waktu penyajian, keramahan karyawan, dan kebijakan kompensasi terhadap kesalahan pesanan. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,30 dengan standar deviasi 0,49. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap pengalaman konsumsi secara keseluruhan, baik dari segi produk, harga, maupun layanan yang diberikan oleh Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung.

Tabel Analisis Regresi Linier berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
(Konstanta)	5,127	—	—	—
Harga (X ₁)	0,298	2,755	0,007	Signifikan
Pelayanan (X ₂)	0,421	4,112	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel analisis regresi, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,127 + 0,298X_1 + 0,421X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi terhadap harga sebesar satu satuan, akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,298 satuan, dengan asumsi variabel pelayanan tetap. Sementara itu, setiap peningkatan persepsi terhadap pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,421 satuan, dengan asumsi variabel harga tetap. Nilai t-hitung untuk variabel harga sebesar 2,755 dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel pelayanan memiliki t-hitung sebesar 4,112 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel Uji t Parsial

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig. (p-value)	Keterangan
Harga (X ₁)	2,755	1,984	0,007	Signifikan
Pelayanan (X ₂)	4,112	1,984	0,000	Signifikan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t-hitung sebesar $2,755 > t$ -tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Hal ini berarti harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan variabel pelayanan yang memiliki

nilai t-hitung $4,112 > t$ -tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel Uji F Simultan

Sumber	F-hitung	F-tabel	Sig. (p-value)	Keterangan
Harga dan Pelayanan	26,217	3,09	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa F-hitung sebesar 26,217 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung.

Tabel Uji R Square

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of Estimate
1	0,680	0,462	0,449	0,362

Nilai R² (R-Square) sebesar 0,462 menunjukkan bahwa 46,2% variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu harga dan pelayanan. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 53,8%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti cita rasa makanan, promosi, kenyamanan tempat, atau faktor eksternal lainnya. Nilai Adjusted R² sebesar 0,449 menunjukkan adanya penyesuaian terhadap jumlah prediktor dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup kuat dan layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel harga, pelayanan, dan kepuasan pelanggan berada pada kategori tinggi. Rata-rata nilai variabel harga sebesar 4,12 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai harga yang ditawarkan Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung tergolong terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Hal ini sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana harga Rocket Chicken relatif tidak jauh berbeda dengan pesaingnya, namun tetap dianggap wajar oleh pelanggan karena dipadukan dengan pengalaman yang memuaskan.

Rata-rata nilai pelayanan sebesar 4,25 mencerminkan bahwa responden merasakan pelayanan yang baik, terutama dalam aspek kecepatan penyajian, keramahan petugas, serta kebijakan kompensasi yang diterapkan oleh pihak manajemen. Kebijakan seperti

pengembalian uang atau pemberian makanan gratis apabila terjadi kesalahan seperti tidak adanya nota atau makanan dalam keadaan dingin dinilai memberi rasa aman dan kepercayaan lebih pada pelanggan. Inovasi pelayanan ini turut menjelaskan mengapa Rocket Chicken mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan selama periode Ramadan hingga pasca Hari Raya Idul Fitri 2024.

Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan memperoleh rata-rata tertinggi yaitu 4,30, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas secara menyeluruh atas pengalaman konsumsi mereka. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen terjadi ketika kinerja aktual melebihi harapan. Dalam hal ini, pelayanan yang melebihi ekspektasi pelanggan tampaknya menjadi faktor kunci yang memperkuat kepuasan, bahkan ketika harga produk tidak secara signifikan lebih murah dibanding kompetitor.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t, variabel harga memiliki nilai t-hitung sebesar 2,755 dan signifikan pada taraf 5% ($p = 0,007$). Artinya, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung. Semakin konsumen merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

Hasil ini menunjukkan bahwa indikator harga seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta kesesuaian harga dengan harga pesaing, semuanya berperan dalam membentuk persepsi positif konsumen. Meskipun harga Rocket Chicken tidak jauh berbeda dibandingkan dengan pesaing di segmen makanan cepat saji, konsumen tetap merasa puas karena mereka menilai bahwa harga yang dibayarkan sepadan dengan apa yang mereka dapatkan.

Temuan ini diperkuat oleh kondisi di lapangan yang menunjukkan lonjakan pengunjung selama Ramadan hingga pasca Idul Fitri 2024, menunjukkan bahwa konsumen melihat nilai lebih dari sekadar nominal harga. Mereka juga mempertimbangkan kenyamanan, kualitas produk, dan pelayanan sebagai satu kesatuan dengan harga. Hal ini sejalan dengan teori Kotler (2009) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu indikator utama dalam persepsi nilai oleh pelanggan, dan secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan dari Wulandari (2020) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada

bisnis makanan siap saji di Yogyakarta. Begitu pula dengan studi oleh Prasetya dan Lestari (2019) yang menyatakan bahwa harga yang dianggap adil dan sesuai akan meningkatkan kepuasan dan mendorong niat pembelian ulang. Oleh karena itu, harga yang rasional dan kompetitif tetap menjadi salah satu strategi penting dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Pengaruh Peayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t-hitung sebesar 4,112 dengan signifikansi 0,000, artinya pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rocket Chicken. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Indikator pelayanan seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, ketepatan pesanan, dan kebijakan kompensasi apabila terjadi kesalahan, dinilai sangat baik oleh konsumen. Dalam konteks Rocket Chicken cabang Jepun Tulungagung, pelayanan menjadi faktor pembeda yang kuat dibanding pesaing. Salah satu kebijakan unik seperti pemberian kompensasi berupa makanan gratis atau pengembalian uang ketika makanan datang dalam keadaan dingin atau tanpa nota telah menciptakan kepercayaan dan pengalaman positif di benak konsumen.

Temuan ini mendukung teori Tjiptono (2015) yang menyatakan bahwa pelayanan adalah unsur penting dalam proses pembentukan kepuasan pelanggan, terutama dalam bisnis jasa dan restoran. Konsumen tidak hanya menginginkan produk yang baik, tetapi juga pengalaman interaksi yang menyenangkan dan cepat.

Selain itu, hasil ini sejalan dengan penelitian Putri dan Santoso (2021) yang menemukan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji di Malang. Penelitian oleh Syahrani dan Dewi (2020) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam hal kecepatan dan ketepatan pelayanan. Maka, peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten dapat menjadi strategi jangka panjang dalam membangun loyalitas konsumen.

Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F-hitung sebesar 26,217 dan nilai signifikansi 0,000. Artinya, secara bersama-sama, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan Rocket Chicken.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,462 menunjukkan bahwa 46,2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan pelayanan. Sisanya sebesar 53,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti rasa makanan, kebersihan tempat, suasana lingkungan, promosi, dan lain-lain.

Secara empiris, hasil ini menguatkan penelitian oleh Rahayu (2022) yang menyatakan bahwa kombinasi antara harga dan pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor makanan cepat saji. Begitu pula dengan studi oleh Hidayat dan Nuraini (2021) yang menyebutkan bahwa harga yang bersaing dan pelayanan yang cepat merupakan dua elemen utama yang mendorong persepsi positif konsumen terhadap merek restoran.

Dalam konteks Rocket Chicken cabang Jepun, pengaruh simultan antara harga yang kompetitif dan pelayanan yang unggul menjadi faktor yang mempercepat peningkatan jumlah pelanggan selama awal tahun 2024. Ini sekaligus menjelaskan alasan mengapa Rocket Chicken tetap mampu menarik konsumen meski harga produknya tidak jauh berbeda dengan pesaing.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa harga, pelayanan, dan kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Jepun, Tulungagung secara umum berada pada kategori tinggi. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana konsumen menilai bahwa harga yang ditetapkan cukup terjangkau dan sepadan dengan kualitas produk. Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan, khususnya dalam aspek kecepatan, keramahan, dan kebijakan kompensasi terhadap kesalahan. Secara simultan, harga dan pelayanan mampu menjelaskan hampir setengah variasi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga keduanya menjadi faktor penting dalam mempertahankan konsumen.

Melalui temuan ini, disarankan agar pihak manajemen Rocket Chicken tetap menjaga konsistensi harga yang rasional dan pelayanan yang prima, serta terus berinovasi dalam memberikan pengalaman yang melebihi ekspektasi konsumen agar kepuasan pelanggan tetap terjaga di tengah persaingan bisnis makanan cepat saji.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer Behavior (10th ed.). Pearson Prentice Hall.

- Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Pearson.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2014). Service, Quality & Satisfaction (3rd ed.). Andi.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sanusi, A. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rachmawati, D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 112–120.
- Nugroho, A., & Lestari, M. (2020). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waralaba Minuman Kekinian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 45–52.
- Sari, R., & Pratama, A. (2019). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Usaha Mikro Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(3), 89–95.
- Wahyuni, E. (2022). Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Drive Thru Restoran X. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 77–84.
- Fitriani, L. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 7(2), 33–40.