

ANALISIS HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SISTEM PEMESANAN DIGITAL TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN PIZZA HUT KEDIRI MALL

Putri Ayu Dewi Permatasari^{1*}, Zulistiani², Edy Djoko Soeprajitno³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
putriayudewi0805@gmail.com^{1*}, zulistiani@unpkediri.ac.id², edydjoko@unpkediri.ac.id³

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026 Tanggal Revisi : 04/07/2026 Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

*The rapid growth of the culinary industry in the modern era forces fast food restaurants to continue to innovate and implement dynamic strategies to maintain customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of price, service quality, and digital ordering systems on customer satisfaction levels at Pizza Hut Restaurant Kediri Mall. The background of this study is based on the tight competition in the modern culinary industry that requires business actors to integrate price advantages, service quality and information technology adaptation, this research approach used is quantitative with a purposive sampling technique to 100 regular customer respondents. Data collection was carried out through the distribution of structured questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data collection used a Likert scale questionnaire and was analyzed using multiple linear regression methods. The results of the *t* test prove that price, service quality and digital ordering systems have a positive and significant effect on customer satisfaction partially. The results of the *F* test. The value of the coefficient of determination (*R*²) indicates that the contribution of the three independent variables in explaining customer satisfaction is 30%, while the remaining 70% is explained by other factors outside this research model*

Keywords: Price, Service Quality, Digital Ordering System, Customer Satisfaction, Pizza Hut

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan industri kuliner di era modern memaksa restoran cepat saji untuk terus melakukan inovasi dan strategi dinamis demi mempertahankan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Pizza Hut Kediri Mall. Latar belakang penelitian ini didasari oleh ketatnya persaingan industri kuliner modern yang menuntut pelaku usaha untuk mengintegrasikan keunggulan harga, kualitas pelayanan dan adaptasi teknologi informasi, pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden pelanggan tetap. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil Uji *t* membuktikan bahwa harga, kualitas pelayanan dan sistem pemesanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Hasil Uji *F*. Nilai Koefisien Determinasi (*R*²) mengindikasikan bahwa kontribusi ketiga variabel independen tersebut dalam menjelaskan kepuasan pelanggan adalah sebesar 30%, sedangkan sisanya sebesar 70% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Sistem Pemesanan Digital, Kepuasan Pelanggan, Pizza Hut

PENDAHULUAN

Industri *food and beverage* (F&B) merupakan salah satu sektor bisnis yang mengalami perkembangan pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Kebutuhan konsumsi tidak lagi hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan aktivitas sosial masyarakat. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen. Persaingan yang semakin ketat dalam industri F&B menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Persaingan Bisnis yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnisnya [1]. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu indikator keberhasilan usaha.

Pizza Hut merupakan salah satu perusahaan restoran cepat saji yang telah berkembang secara global dan memiliki jaringan luas di berbagai negara. Perusahaan yang didirikan pada tahun 1958 di Amerika Serikat ini mulai

beroperasi di Indonesia pada tahun 1984 dan terus berkembang dengan menyesuaikan kebutuhan serta preferensi konsumen lokal. Salah satu cabangnya adalah Pizza Hut Kediri Mall yang menawarkan berbagai produk makanan dan minuman serta mengimplementasikan sistem pelayanan berbasis teknologi. Dalam operasionalnya, Pizza Hut tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan proses pemesanan guna memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan kemungkinan pembelian ulang, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan [2]. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, serta memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan agar mampu menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas layanan.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk atau jasa [3]. Penetapan harga yang sesuai akan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima sehingga berdampak pada tingkat kepuasan yang dirasakan. Harga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan [4]. Namun, terdapat penelitian lain yang menemukan bahwa harga tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena konsumen juga mempertimbangkan faktor lain, seperti kualitas pelayanan dan pengalaman yang diperoleh [5]. Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional. Kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan umumnya diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang dikenal sebagai model *SERVQUAL* [6]. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi salah satu faktor dominan dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan [7]. Namun, pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan dapat berbeda pada setiap objek penelitian sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut pada konteks yang berbeda [8].

Perkembangan teknologi informasi turut mendorong perubahan sistem pelayanan dalam industri restoran, salah satunya melalui penerapan sistem pemesanan digital. Sistem pemesanan digital memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan secara lebih cepat, praktis, dan efisien sehingga dapat meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan sistem pelayanan dalam industri restoran, salah satunya melalui penerapan sistem pemesanan digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pemesanan mampu meningkatkan efisiensi operasional serta mempercepat proses pelayanan [9]. Selain itu, sistem pemesanan digital juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena dapat meningkatkan ketepatan dan kecepatan layanan yang diterima pelanggan [10]. Namun demikian, efektivitas sistem digital dapat terhambat apabila pengguna belum sepenuhnya menerima atau memahami penggunaan teknologi tersebut [11]. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di Pizza Hut Kediri Mall, masih ditemukan beberapa kondisi yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu, aspek harga sebagian pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan relatif lebih tinggi dibandingkan restoran cepat saji lainnya. Dari aspek kualitas pelayanan, pada waktu-waktu tertentu terutama saat jam sibuk, pelanggan masih mengalami keterlambatan pelayanan akibat meningkatnya jumlah pengunjung. Sementara itu, dari aspek sistem pemesanan digital, tidak semua pelanggan dapat menggunakan sistem tersebut dengan mudah sehingga masih ditemukan kendala dalam proses pemesanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [8]. Namun, penelitian lain menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [5]. Pada variabel sistem pemesanan digital, Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi layanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan [10]. Namun, penelitian lain menunjukkan

bahwa masih terdapat hambatan dalam implementasi teknologi digital yang dapat memengaruhi efektivitas layanan [11]. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut pada konteks dan objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan fenomena dan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Kediri Mall baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran serta memberikan masukan bagi manajemen Pizza Hut Kediri Mall dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut Kediri Mall. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik [12]. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan sistem pemesanan digital (X_3), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Penelitian dilaksanakan di Pizza Hut Kediri Mall yang berlokasi di Jalan Hayam Wuruk No. 121, Kelurahan Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian dan menggunakan layanan di Pizza Hut Kediri Mall. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden. Untuk meningkatkan validitas data, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode *accidental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan siapa saja yang ditemui peneliti dan memenuhi kriteria penelitian. Adapun kriteria responden meliputi pelanggan yang pernah melakukan transaksi di Pizza Hut Kediri Mall, menggunakan layanan restoran termasuk sistem pemesanan digital, berusia minimal 17 tahun, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Seluruh item pernyataan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan disebarkan menggunakan *Google Form*.

Variabel harga diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Variabel sistem pemesanan digital diukur melalui kemudahan penggunaan, kecepatan proses pemesanan, dan keakuratan informasi. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur melalui kepuasan terhadap pelayanan, kesediaan merekomendasikan, dan kecenderungan melakukan pembelian ulang. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji instrumen yang terdiri atas uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (Adjusted R^2) dengan tingkat signifikansi 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Pizza Hut Kediri Mall yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan layanan restoran, Pizza Hut Kediri Mall dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu restoran cepat saji yang telah menerapkan sistem pemesanan digital serta menyediakan layanan makan di tempat yang didukung oleh berbagai fasilitas pelayanan pelanggan. Selain menawarkan beragam menu makanan dan minuman, restoran ini juga berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemesanan.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, frekuensi kunjungan, serta pengalaman menggunakan sistem pemesanan digital Pizza Hut Kediri Mall. Pengelompokan karakteristik responden dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai profil pelanggan yang menjadi sampel penelitian sehingga dapat membantu dalam memahami hasil penelitian secara lebih komprehensif. Karakteristik responden diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Berdasarkan frekuensi jenis kelamin, diketahui bahwa dari total 100 responden, sebanyak 60 orang atau 60% berjenis kelamin perempuan, sedangkan 40 orang atau 40% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Kelompok usia 21-25 tahun menjadi yang paling dominan sebanyak 54 orang atau 54%, diikuti usia 26-30 tahun sebanyak 31 orang atau 31 %, usia 17-20 tahun berjumlah 15 orang atau 15%. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia dewasa muda.
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan
Responden sebagian besar memiliki kunjungan sebanyak 2-3 kali berjumlah 51 orang atau 51%. Selanjutnya, responden dengan frekuensi kunjungan 4-5 kali berjumlah 23 orang atau 23%, dan kunjungan >6 kali sebanyak 26 orang atau 26%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian ulang.
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Sistem Pemesanan Digital
Responden berdasarkan pengalaman menggunakan sistem pemesanan digital, diketahui bahwa total 100 responden, seluruh responden atau sebesar 100 persen menyatakan pernah menggunakan sistem pemesanan digital di Restoran Pizza Hut Kediri Mall. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden telah memiliki pengalaman dalam menggunakan sistem pemesanan digital sehingga memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

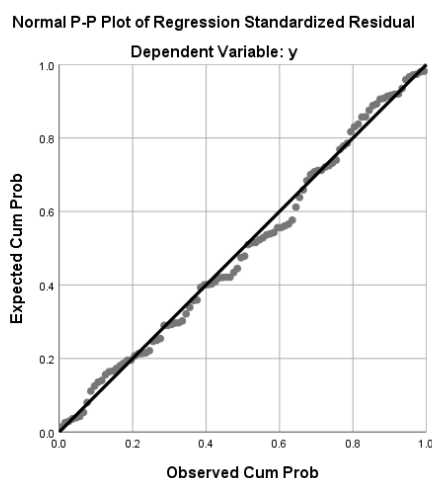
Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi data variabel bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang diperoleh dari responden. Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini meliputi Harga, Kualitas Pelayanan, Sistem Pemesanan Digital, dan Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis deskriptif tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis data pada tahap berikutnya. Berikut merupakan interpretasinya:

- 1) Harga
Pada variabel Harga diperoleh nilai minimum skor total variabel harga dari 100 responden adalah 24 dan nilai maksimumnya 38, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 31.3000. nilai rata-rata yang relatif tinggi menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pizza Hut Kediri Mall. Selain itu, nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata mengindikasikan bahwa jawaban responden relatif homogen dan tidak menunjukkan perbedaan yang terlalu besar.
- 2) Kualitas Pelayanan
Pada variabel Kualitas Pelayanan diperoleh memiliki nilai minimum sebesar 32 dan nilai maksimum sebesar 49. Nilai rata-rata (*mean*) yang diperoleh sebesar 40.4300 dengan nilai standar deviasi sebesar 3.86451. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pizza Hut Kediri Mall. Nilai rata-rata yang relatif tinggi mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Sementara itu, nilai standar deviasi yang lebih rendah dibandingkan rata-rata menunjukkan bahwa relatif konsisten.
- 3) Sistem Pemesanan Digital
Pada variabel Sistem Pemesanan Digital memiliki nilai minimum sebesar 17, dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 24.2900, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 2.66399. hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap sistem pemesanan digital yang diterapkan oleh Pizza Hut Kediri Mall. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap sistem pemesanan digital cenderung konsisten dan tidak menunjukkan variasi yang tinggi.
- 4) Kepuasan Pelanggan
Pada variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai minimum sebesar 18, dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata (*mean*) yang diperoleh sebesar 25.8100 dengan nilai standar deviasi sebesar 2.68439. hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Pizza Hut Kediri Mall berada pada kategori yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa cukup puas terhadap pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan restoran. Selain itu, nilai standar deviasi yang kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa tingkat kepuasan relatif merata di antara responden.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data atau residual berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan analisis grafik Probability Plot (P-P Plot).



Sumber: Data SPSS versi 25, diolah oleh peneliti 2026

Gambar 1. Hasil Uji P-P Plot Normalitas

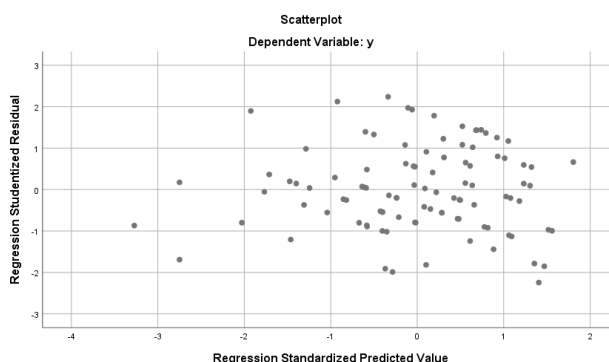
Berdasarkan hasil output grafik Normal P-P Plot, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar di area sekitar garis diagonal dan konsisten mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa telah memenuhi persyaratan asumsi normalitas, karena terbukti berdistribusi normal. Apabila titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal, maka residual cenderung tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen. Deteksi dilakukan dengan melihat nilai Tolerancen dan VIF. Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas, variable harga memiliki nilai Tolerance 0,727 dan VIF sebesar 1.375, variable kualitas pelayanan memiliki nilai Tolerance 0,731 dan VIF sebesar 1,368, variable sistem pemesanan digital memiliki nilai 0,893 dan VIF sebesar 1.119. seluruh variabel menunjukkan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF berada dibawah angka 10, sehingga berdasarkan kriteria pengujian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplot* antara *ZPRED* dan *SRESID*.



Sumber: Data SPSS versi 25, diolah oleh peneliti 2026

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Selain itu titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka

nol pada sumbu Y. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X₁), Kualitas Produk (X₂), dan Sistem Pemesanan Digital (X₃) terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) di Restoran Pizza Hut Kediri Mall.

$$Y = 6,085 + 0.187X_1 + 0.149X_2 + 0.323X_3$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,085 menunjukkan bahwa apabila variabel harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital diasumsikan bernilai nol atau tidak mengalami perubahan maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan tetap sebesar 6,085.
- 2) Koefisien regresi harga sebesar 0,187 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel harga akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,187. Nilai signifikan sebesar 0,30 < 0,05 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,149 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,149. Nilai signifikan sebesar 0,32 < 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 4) Koefisien regresi sistem pemesanan digital sebesar 0,323 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel sistem pemesanan digital akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,323. Nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa sistem pemesanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Nilai Adjusted R Square digunakan untuk mengukur kemampuan variabel harga kualitas pelayanan dan sistem pemesanan digital dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan di Pizza Hut Kediri Mall. Berdasarkan hasil output Model Summary, diperoleh nilai Adjusted R² sebesar 0,300 memberikan gambaran bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital secara simultan memberikan kontribusi sebesar 30% terhadap variasi tingkat kepuasan pelanggan di Pizza Hut Kediri Mall. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang disusun mampu menjelaskan fenomena kepuasan pelanggan sebesar 30%, sedangkan sisanya sebesar 70% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 1. Hasil Uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.085	2.962			2.054	.043
	Harga	.187	.085	.218		2.208	.030
	Kualitas Pelayanan	.149	.068	.214		2.177	.032
	Sistem Pemesanan Digital	.323	.090	.321		3.605	.000

Sumber: Data SPSS versi 25, diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel coefficients, maka pembuktian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai t hitung sebesar 2,208 dengan nilai signifikan sebesar 0,030. nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.177 dengan nilai signifikan 0,032. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 3) Pengaruh Sistem Pemesanan Digital terhadap Kepuasan Pelanggan
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 3,605 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian Sistem Pemesanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel serta melihat nilai signifikansi. Apabila F hitung > F tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	228.999	3	76.333	15.128	.000 ^b
Residual	484.391	96	5.046		
Total	713.390	99			

Sumber: Data SPSS versi 25, diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 15,128 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga, Kepuasan Pelanggan, Sistem Pemesanan Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

1) Pengaruh Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 2.208 dengan tingkat signifikan sebesar 0,30 yang nilainya berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin baik ketepatan dan kesesuaian harga yang ditawarkan kepada konsumen maka akan semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Restoran Pizza Hut Kediri Mall.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan [13]. Hasil tersebut menegaskan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan dalam menilai tingkat kepuasan setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan manfaat yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Namun demikian, terdapat penelitian lain yang menemukan bahwa harga tidak selalu menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan karena konsumen juga mempertimbangkan aspek lain, seperti kualitas pelayanan dan pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan [14]. Dalam perilaku konsumen, harga bukanlah satu-satunya tolak ukur. Ketika pelanggan dihadapkan pada pilihan, mereka sering kali mengabaikan selisih harga dan bersedia membayar lebih (loyalitas merek) apabila penyedia layanan mampu memberikan pengalaman komprehensif dan kualitas pelayanan langsung yang memuaskan ekspektasi mereka. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa selain harga, dimensi kualitas pelayanan yang prima secara bersama-sama memiliki kontribusi yang kuat dalam memengaruhi respons positif dan keputusan konsumen [15].

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,177 dengan tingkat signifikan sebesar 0,032 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin prima kualitas pelayanan yang disajikan oleh para staf restoran maka akan semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Restoran Pizza Hut Kediri Mall.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan [8]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Temuan ini juga memperkuat studi empiris sebelumnya yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen di sektor retail [15]. Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa dimensi daya tanggap (*responsiveness*) merupakan salah satu aspek pelayanan yang paling cepat dirasakan dan dinilai oleh konsumen dalam industri jasa [16]. Oleh karena itu, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Melalui optimalisasi layanan

langsung yang ramah dan sigap, Pizza Hut Kediri Mall berhasil meminimalkan keluhan potensial dan memperkuat retensi kepuasan pengunjung.

3) Pengaruh Sistem Pemesanan Digital terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung untuk variabel Sistem Pemesanan Digital sebesar 3,605 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin optimal efisiensi dan keandalan sistem pemesanan digital yang diterapkan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Restoran Pizza Hut Kediri Mall.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penerapan sistem pemesanan digital mampu meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses pelayanan kepada pelanggan [9]. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi digital dapat memberikan kemudahan dalam proses pemesanan sehingga meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Namun demikian, penelitian lain mengungkapkan bahwa implementasi teknologi digital masih menghadapi berbagai hambatan, terutama karena sebagian konsumen lebih memilih sistem pemesanan secara manual [11]. Meskipun demikian, penerapan sistem pemesanan digital di Pizza Hut Kediri Mall terbukti mampu mendukung efektivitas pelayanan restoran. Kondisi ini didukung oleh karakteristik mayoritas pelanggan yang didominasi oleh kelompok usia muda yang relatif lebih familiar dengan penggunaan teknologi digital, sehingga sistem pemesanan digital dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai pelengkap layanan konvensional.

4) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Sistem Pemesanan Digital terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji simultan atau uji F pada tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 15,128 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ketiga variabel tersebut secara bersama-sama atau simultan memiliki kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Restoran Pizza Hut Kediri Mall.

Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal melainkan merupakan hasil dari kombinasi berbagai elemen pemasaran dan kualitas jasa yang saling berkaitan satu sama lain. Faktor harga berperan dalam memberikan kepuasan dari sudut pandang nilai ekonomis yang rasional, kualitas pelayanan membentuk kenyamanan interaksi sosial dan emosional secara langsung, sedangkan sistem pemesanan digital menyumbang efisiensi waktu serta kepraktisan transaksi. Ketiga variabel tersebut bekerja secara sinergis dalam menciptakan pengalaman bersantap yang utuh sehingga mampu mendorong tingkat kepuasan pelanggan secara maksimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Kediri Mall. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diterima pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Kualitas Pelayanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan responsive mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Selain itu, sistem pemesanan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kemudahan pengguna, kecepatan proses pemesanan, dan keakuratan informasi yang diberikan melalui sistem pemesanan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara simultan, harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Kediri Mall.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan sistem pemesanan digital secara bersamaan dalam konteks restoran cepat saji yang telah mengadopsi transformasi digital dalam proses pelayanannya. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa selain faktor harga dan kualitas pelayanan yang selama ini menjadi fokus utama dalam penelitian kepuasan pelanggan, penerapan sistem pemesanan digital juga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada industri *food dan beverage*. Temuan ini memperkaya kajian perilaku konsumen di era digital, khususnya pada sektor restoran yang mengintegrasikan teknologi dalam proses pelayanan. Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori pemasaran jasa dan perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima, kualitas pelayanan yang diberikan, serta kemudahan penggunaan teknologi dalam proses layanan. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Pizza Hut Kediri Mall untuk terus menjaga kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh

pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terutama pada saat jam sibuk, serta mengoptimalkan sistem pemesanan digital agar lebih mudah dipahami dan digunakan oleh seluruh pelanggan. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat daya saing perusahaan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif. Meskipun model penelitian mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 30%, masih terdapat 70% variasi kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, suasana restoran, citra merek, promosi, maupun loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat memperluas cakupan objek penelitian pada cabang restoran lain atau perusahaan sejenis sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Albertus N. YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Franchise Wedrink Kartini) 2025;9:233–50.
- [2] Kotler P, Keller KL, Chernev A. Marketing management, global edition. vol. 832. Pearson; 2022.
- [3] Tjiptono F. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. 2019.
- [4] Ariyanti WP, Hermawan H, Izzuddin A. Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Publik J Manaj Sumber Daya Manusia, Adm Dan Pelayanan Publik 2022;9:85–94.
- [5] Noor F, Anggapratama R. Pengaruh Indikator Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. J Alwatzikhoebillah Kaji Islam Pendidikan, Ekon Hum 2024;10:53–60. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2337>.
- [6] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman dan LLB. SERVQUAL. 2025.
- [7] Kuswanto A. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah. J Manaj Bisnis Krisnadwipayana 2018;6:125–34. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.217>.
- [8] Abadi MS. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. J Ilm Ekon Manaj J Ilm Multi Sci 2022;13:24–34.
- [9] Lukita FA, Muslikhah RRS. Memanfaatkan Menu Digital dan Sistem Pemesanan untuk Meningkatkan Kualitas Layanan : Kasus Transformasi Digital Food & Beverage. UNIMMA J 2025;322–36.
- [10] Ferryana L, Gurnida DA, Wiramihardja S. Pengaruh sistem pemesanan makanan digital terhadap ketepatan waktu pemberian makanan dan kepuasan pasien. J Gizi Klin Indones 2022;19:67. <https://doi.org/10.22146/ijcn.77726>.
- [11] Mita Novita EH. Efektivitas Penggunaan Sistem Pelayanan Melengkapi Identitas Orang Terlantar (Sipintar) pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekanbaru. AURELIA J Penelit dan Pengabd Masy Indones 2025;4:2322–35. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v4i2.5586>.
- [12] Sugiyono. metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: 2023. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>.
- [13] Rufliansah FF, Daryanto Seno AH. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). J Ilmu Adm Bisnis 2020;9:389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>.
- [14] Andi Ardiansyah. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Supermarket XY. Assets J Manag Adm Econ Account 2024;2:15–20. <https://doi.org/10.59923/assets.v2i1.192>.
- [15] Edy Djoko Soeprajitno, Ichsanudin, Imam Bahrowi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri). Ekuivalensi 2018.
- [16] Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini HH. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Bretonia. J Ris Manaj 2020;2:270–82. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2720>.