



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITA RASA, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOTO AYAM CAK PARDI DI KOTA SURABAYA

M. Aditya Faiz Firmansyah^{1*}, Handy Aribowo², & Dika Zaim Adlhan³

^{*1-3} Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi IBMT: Manajemen,

e-Mail: [*ywigara2@gmail.com](mailto:ywigara2@gmail.com)¹, handy.aribowo@gmail.com², wongdika@gmail.com³

Submit Tgl: 19-Agustus-2026

Diterima Tgl: 29-September-2026

Diterbitkan Tgl: 02-Oktober-2026

Abstract: *This study aims to determine and analyze the influence of service quality, taste, and price on customer satisfaction at the Soto Ayam Cak Pardi culinary business. This study used a quantitative approach with an associative approach. The population in this study was all consumers who had purchased and enjoyed dishes at Soto Ayam Cak Pardi, with a sample size of 91 respondents determined using a questionnaire. The data analysis methods used include research instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using the SPSS version 27 program. The partial test results through the t test show that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t \text{ count } 7.521 > t \text{ table } 1.987$; Sig. < 0.001), the taste variable has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t \text{ count } 5.748 > t \text{ table } 1.987$; Sig. < 0.001), and the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t \text{ count } 6.260 > t \text{ table } 1.987$; Sig. < 0.001). Simultaneously through the F test, service quality, taste, and price are proven to have a significant effect on customer satisfaction with an F count value of $24.553 > F \text{ table } 2.71$ and a significance value of < 0.001 . The Adjusted R Square value of 0.440 indicates that 44% of the variation in customer satisfaction can be explained by these three independent variables, while the remaining 56% is explained by other variables outside this research model.*

Keywords: *Service Quality, Taste, Price, Customer Satisfaction.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, cita rasa, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Soto Ayam Cak Pardi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan menikmati hidangan di Soto Ayam Cak Pardi, dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden yang ditentukan menggunakan teknik kuesioner. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan program SPSS versi 27. Hasil pengujian secara parsial melalui uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t \text{ hitung } 7,521 > t \text{ tabel } 1,987$; Sig. $< 0,001$), variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t \text{ hitung } 5,748 > t \text{ tabel } 1,987$; Sig. $< 0,001$), dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t \text{ hitung } 6,260 > t \text{ tabel } 1,987$; Sig. $< 0,001$). Secara simultan melalui uji F, kualitas pelayanan, cita rasa, dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $24,553 > F \text{ tabel } 2,71$ serta nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,440 menunjukkan bahwa variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut sebesar 44%, sedangkan sisanya sebesar 56% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, Kepuasan Konsumen

Cara mengutip Firmansyah, M. A. F., Aribowo, H., & Adlhan, D. Z. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Soto Ayam Cak Pardi di Kota Surabaya. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 2078–2086. <https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2579>

PENDAHULUAN

Banyak pelaku usaha baru memilih untuk merintis bisnis di bidang makanan dan minuman. Salah satu makanan tradisional yang sangat digemari oleh masyarakat di berbagai penjuru Tanah Air adalah soto. Hidangan ini dikenal sebagai sajian khas nusantara yang disajikan secara hangat, dilengkapi dengan aneka rempah serta berbagai pilihan pelengkap seperti ayam, tomat, kacang hijau, telur, bawang goreng, dan topping lainnya Putri Sandy et al., (2023).

Soto Lamongan telah berhasil diterima di seluruh Indonesia berkat kombinasi cita rasa yang khas, keunikan penyajian, dan kemudahan aksesnya. Kuah soto yang kaya rempah, ditambah rasa gurih dari daging ayam yang empuk memberikan pengalaman kuliner yang memikat. Bumbu seperti kunyit, ketumbar, dan jahe memberikan kehangatan, sementara tambahan daun seledri dan bawang goreng menambah kesegaran dan aroma yang menggugah selera. Selain itu, popularitas Soto Lamongan didukung oleh kemudahan akses, dengan banyak warung dan restoran yang menyajikan di berbagai kota. Aspek social juga berperan, di mana Soto Lamongan sering kali dihidangkan dalam acara-acara keluarga dan perayaan, menjadikannya sebagai symbol kebersamaan. Dengan demikian, Soto Lamongan tidak hanya menjadi makanan khas dari Jawa Timur, tetapi juga telah menjadi bagian integral dari kuliner Indonesia secara keseluruhan. Ghifari, (2025).

Kombinasi antara harga yang mahal dan kualitas rasa yang tidak konsisten menciptakan fluktuasi pada jumlah kunjungan. Dampak fluktuasi ini sangat terasa pada pendapatan usaha, di mana pelanggan cenderung beralih ke kompetitor terdekat jika mereka merasa pengeluaran yang dikeluarkan tidak sebanding dengan kepuasan lidah yang didapatkan. Berikut adalah gambaran data kunjungan pelanggan selama tahun 2025 yang menunjukkan pergerakan jumlah konsumen setiap bulannya.

Harga juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Hakim & Saragih(2019) bahwa persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil Hakim & Saragih (2019). Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Semakin lezat dan semakin disukai makanan tersebut, akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan dimana jika pelanggan merasa puas terhadap cita rasa yang ditawarkan oleh pengusaha yang menjual makanan, maka pelanggan akan semakin loyal terhadap produk makanan yang ditawarkan. Sembiring, (2022).

Puasnya konsumen pasca pembelian dan penggunaan produk dapat dicapai melalui aspek kualitas yang baik. Kualitas produk sendiri mencakup beberapa elemen utama seperti performa, daya tahan, fitur, keandalan, konsistensi, dan desain. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan merasa puas apabila produk yang digunakan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Kualitas produk yang mencakup semua dimensi tersebut menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini memastikan bahwa produk tidak

hanya memenuhi harapan tetapi juga memberikan nilai tambah melalui kinerja, ketahanan, fitur, keandalan, konsistensi, serta desain yang optimal. Hutapea et al, (2024).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Sejalan dengan hal tersebut, Indrawan & Yaniawati (2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugyono, (2019). Sementara itu, Sregar (2017) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteiristik tertentu di dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi populasi sebesar 50% ($p = 0,5$), dan tingkat kesalahan (error) sebesar 10,28%, sehingga perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Nilai standar distribusi normal pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = Proporsi populasi = 0,5

d = Tingkat kesalahan = 0,1028

Perhitungan:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,1028)^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,010568} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,010568} \\ n &= \frac{0,9604}{0,010568} \\ n &= 90,88 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel sebesar 90,88 Untuk mempermudah penelitian dan memastikan data yang lebih akurat, peneliti membulatkan jumlah sampel tersebut menjadi 91 responden.

Teknik Analisis Data

Prosedur analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu melalui penggunaan metode statistik dan matematis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta informasi yang terkandung dalam data penelitian. Analisis data merupakan tahapan penting yang bertujuan untuk mengolah data yang telah diperoleh agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai fenomena yang diteliti.

1. Uji Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau memaparkan data hasil penelitian tanpa melakukan penarikan kesimpulan yang bersifat umum. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan distribusi jawaban responden.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan akurat. Suatu instrumen dikatakan valid apabila setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk atau variabel yang diteliti.

Menurut Imam Ghazali (2021), uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu instrumen penelitian dalam mengungkapkan apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka pernyataan tidak dianggap valid.

3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,70. Proses pengujian dilakukan melalui menu *Reliability Analysis* dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 31, yang berfokus pada nilai koefisien Alpha untuk mengukur konsistensi internal seluruh butir pernyataan dalam masing-masing variabel penelitian.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pengujian ini penting karena sebagian besar metode statistik parametrik, khususnya analisis regresi, mensyaratkan residual yang berdistribusi normal agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara tepat.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS untuk menganalisis hubungan serta pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat melalui suatu persamaan regresi.

6. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur kemampuan suatu model regresi dalam menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara keseluruhan. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen masih sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang tinggi, terutama yang mendekati satu, mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan hampir seluruh variasi variabel terikat berdasarkan variabel bebas yang digunakan (Ghozali, 2018).

7. Uji Parsial T

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji ini dilakukan untuk menilai apakah setiap variabel bebas dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan secara parsial terhadap setiap variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, ditemukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hubungan linear ini dapat digambarkan melalui simbol korelasi di mana peningkatan pada variabel Kualitas Pelayanan akan diikuti oleh peningkatan variabel Kepuasan Pelanggan secara searah. Hasil analisis statistik membuktikan bahwa kontribusi pelayanan yang diberikan oleh karyawan merupakan instrumen penting dalam menentukan penilaian akhir konsumen. Hal ini menegaskan bahwa semakin baik, tanggap, ramah, dan cepat pelayanan yang disajikan oleh para pramusaji kepada konsumen, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Soto Ayam Cak Pardi juga akan mengalami peningkatan yang nyata. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan pada kualitas respons atau keramahan pelayanan, maka kondisi tersebut akan langsung berdampak negatif berupa penurunan rasa puas yang dirasakan pelanggan secara drastis. Penemuan di lapangan ini mendukung teori manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan

yang prima adalah salah satu pilar utama dalam menciptakan impresi positif, membangun ikatan emosional, dan mempertahankan loyalitas jangka panjang konsumen dalam industri bisnis kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Prasetyo (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan tanggap mampu memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen sehingga meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Selain itu, penelitian Saputra dan Hidayat (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa konsumen cenderung merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka, baik dari segi kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, maupun kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Sari (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kepuasan konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kualitas produk dibandingkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel kedua, diperoleh kesimpulan ilmiah bahwa variabel Cita Rasa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui $t_{hitung} > t_{tabel}$ matematis regresi dapat dijelaskan bahwa setiap adanya penambahan kualitas pada aspek rasa hidangan, maka akan membawa dampak peningkatan yang nyata bagi kepuasan konsumen secara signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kelezatan masakan, konsistensi racikan bumbu, kehangatan porsi soto saat dihidangkan, serta tingkat kesegaran bahan makanan yang disajikan sehari-hari merupakan faktor paling krusial yang menentukan kenyamanan konsumen. Ketika pihak pengelola Soto Ayam Cak Pardi mampu mempertahankan karakteristik rasa kuah yang khas, gurih, dan sesuai dengan ekspektasi lidah masyarakat, maka pelanggan akan merasa sangat puas serta merasa dihargai atas nilai materi yang telah mereka keluarkan. Penemuan empiris ini sangat sejalan dengan konsep dasar riset terdahulu yang menegaskan bahwa cita rasa merupakan komponen keunggulan produk fisik paling utama yang dinilai secara langsung oleh panca indra konsumen, sehingga kualitas rasa yang konsisten secara otomatis menjadi penentu utama berhasil atau tidaknya sebuah usaha kuliner dalam memuaskan pelanggannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dan Andriani (2021) yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa cita rasa merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kualitas produk makanan sehingga semakin baik cita rasa yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan. Selain itu, penelitian Saputra dan Hidayat (2022) juga menemukan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung merasa puas apabila makanan yang disajikan memiliki rasa yang khas, lezat, serta konsisten sehingga dapat memenuhi harapan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis mendalam pada pengujian hipotesis ketiga, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. Hubungan positif ini mengindikasikan melalui tanda koefisien regresi yang searah, bermakna bahwa kesesuaian harga yang ditetapkan akan berbanding lurus dengan kepuasan yang diterima masyarakat. Fenomena ini menandakan bahwa aspek keterjangkauan harga, keserasian antara nominal harga dengan porsi mangkok yang didapatkan, serta keselarasan harga dengan kualitas rasa produk yang disajikan dinilai sangat rasional oleh para responden. Konsumen merasa bahwa nominal uang yang mereka bayarkan di kasir sebanding dan sepadan dengan nilai manfaat, kelezatan rasa, serta kenyamanan fasilitas fisik yang mereka nikmati di area rumah makan. Kepuasan emosional ini tercipta karena adanya persepsi keadilan harga di benak konsumen Soto Ayam Cak Pardi yang membuat mereka tidak merasa dirugikan, melainkan merasa mendapatkan nilai keuntungan ekonomi yang pas sehingga memicu rasa puas yang mendalam atas keputusan pembelian yang telah dilakukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah dan Putri (2022) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pelanggan akan merasa lebih puas apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Semakin sesuai harga dengan manfaat yang diperoleh, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Kurniawan dan Lestari (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga dan kesesuaiannya dengan kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam menilai kepuasan mereka.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga secara Simultan terhadap konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 24,553 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi dari kualitas pelayanan yang diberikan, cita rasa makanan yang disajikan, serta harga yang ditawarkan kepada pelanggan.

Pada Soto Ayam Cak Pardi, kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan selama melakukan pembelian. Selain itu, cita rasa yang khas dan konsisten mampu menciptakan pengalaman konsumsi yang menyenangkan. Di sisi lain, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diterima pelanggan juga menjadi pertimbangan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi dan berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Firmansyah dan Putri (2022) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diterima konsumen mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soto Ayam Cak Pardi. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $7,521 > t$ tabel sebesar $1,987$ dan nilai signifikansinya $< 0,001 < 0,05$. Dengan demikian, semakin baik, tanggap, ramah, dan cepat pelayanan yang diberikan oleh para karyawan kepada konsumen, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.
2. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soto Ayam Cak Pardi. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $5,748 > t$ tabel sebesar $1,987$ dan nilai signifikansinya $< 0,001 < 0,05$. Dengan demikian, kelezatan rasa hidangan yang konsisten, kehangatan makanan, hingga kesegaran bahan baku menjadi komponen utama yang krusial dalam memenuhi ekspektasi konsumen.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soto Ayam Cak Pardi. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $6,260 > t$ tabel sebesar $1,987$ dan nilai signifikansinya $< 0,001 < 0,05$. Kondisi ini mencerminkan bahwa penetapan nominal harga yang berlaku saat ini dinilai sangat rasional, terjangkau, dan sebanding dengan porsi serta kualitas rasa yang didapatkan oleh konsumen.
4. Kualitas pelayanan, cita rasa, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soto Ayam Cak Pardi. Hal ini dapat dilihat dari hasil F hitung sebesar $24,553 > F$ tabel sebesar $2,71$ dan nilai signifikansinya $< 0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa ketiga variabel bebas tersebut memiliki kontribusi yang sangat kuat dan berjalan bersama-sama dalam mengendalikan tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutapea, M. H., Rahmani, N. A. B., & Tambunan, K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Durian Kocok 77 Tempuling. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(5), 44-60.
- Murdjono, Y. H., Aribowo, H., & Jondar, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo. Professional: *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 575-588.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Mita, D. A. (2024). *PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA SOTO AYAM PAK JO* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kadiri).
- Murdjono, Y. H., Aribowo, H., & Jondar, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo. Professional: *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 575-588.

- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHAD equity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Sarmiento, M. H. L., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 624-638.
- Murdjono, Y. H., Aribowo, H., & Jondar, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo. Professional: *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 575-588.
- Murdjono, Y. H., Aribowo, H., & Jondar, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo. Professional: *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 575-588.
- Marselina, A. S., Hartanto, B., & Hilman, A. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Pada RM Saung Sambel Hejo Al-Amin*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Mahmud, N., Ismanto, F., Hendriyanto, A., & Nurrahmah, W. S. (2023). *Persepsi Harga, Proses dan Atmosfer Toko yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Jurnal Pendidikan Tambusai.
- Sarmiento, M. H. L., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 624-638.